

# **DAYA SAING USAHA DENGAN ANALISIS SWOT PADA BUDIDAYA DI DESA PANTI**

## **SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
**RAMA ADI PUTRA**  
NIM: E20182253  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**DAYA SAING USAHA DENGAN ANALISIS SWOT  
PADA BUDIDAYA DI DESA PANTI**

**SKRIPSI**


Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**RAMA ADI PUTRA**  
**NIM:E20182253**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui Pembimbing:

  
**Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I**  
**NIP: 198209222009012005**

# DAYA SAING USAHA DENGAN ANALISIS SWOT PADA BUDIDAYA DI DESA PANTI


## SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Rabu  
Tanggal: 25 Oktober 2023

Tim Penguji

Ketua



**Toton Fanshurna, M.E.I**  
NIP. 198112242011011008

Sekretaris



**Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E**  
NUP. 201708173

Anggota:

1. Dr. Ahmadiono, S.Ag., M.E.I

2. Dr. Nikmatul Masrurroh, M.E.I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

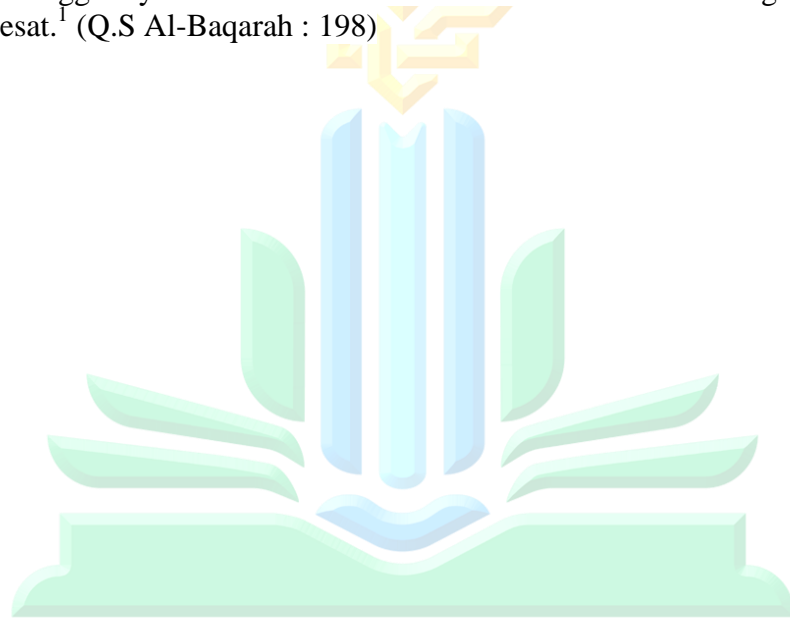


**Prof. Dr. Khabidun Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA**  
NIP. 196808072000031001

## MOTTO

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۖ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ  
الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَادْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ ۚ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ

Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.<sup>1</sup> (Q.S Al-Baqarah : 198)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah* (Bandung: CV Diponegoro, 2010). 41

## PERSEMBAHAN

Rasa syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT dan nabi besar Rasulullah SAW karena berkat rahmad dan karunia-Nya pengerjaan skripsi ini dapat selesai. Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak-pihak yang telah mendukung diantaranya yaitu:

1. Kepada kedua orang tua tersayang Bapak Miskandar dan Ibu Hayati yang selalu mendoakan, menyemangati, memberikan motivasi dan membimbing dengan penuh kasih sayang.
2. Kepada keluarga besar terimakasih atas motivasi dan doa yang selalu diberikan sepenuh hati.
3. Teman-teman angkatan 2018 teruntuk Ekonomi Syariah 6 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan motivasi selama ini.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tempat menimba ilmu.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai prasyarat untuk menyelesaikan program sarjana, dapat terlaksana dengan baik. Dan tidak lupa pula Shalawat beserta salam selalu penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah banyak memberikan ajaran kebaikan kepada seluruh umat muslim.

Keberhasilan ini bisa diperoleh penulis tentu karena Kerjasama serta *support* banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Hefni Zein S.Ag., MM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si., CHRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penulisan skripsi ini selama perkuliahan. Juga selaku dosen penasehat akademik yang selalu memberikan motivasi selama perkuliahan.
4. Dr. M.F, Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis sangat menyadari banyaknya kekurangan dalam skripsi ini sehingga berharap para pembaca untuk memberikan kritik, dan saran yang dapat membangun.

Penulis berharap dengan tulus agar skripsi ini dapat memberikan manfaat serta dapat menjadi sumber pembelajaran khususnya bagi penulis secara pribadi, kepada masyarakat sebagai pembaca dan pihak-pihak lain yang mungkin memiliki ketertarikan terhadap topik yang sama dengan yang dibahas dalam skripsi ini.

Jember, 15 September 2023

Peneliti

Rama Adi Putra  
NIM.E20182253



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

**Rama Adi Putra, Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I, 2023:** Daya Saing Usaha Dengan Analisis Swot Pada Budidaya di Desa Panti.

Daya saing merupakan upaya untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia, teknologi, modal, dan sumber daya alamnya guna mencapai nilai tambah atau pertambahan nilai per unit masukan atau input. Pada umumnya, daya saing berkaitan erat dengan produktivitas yang menentukan keberhasilan meningkatnya standar hidup para pelaku usaha. Analisis SWOT merupakan identifikasi bermacam faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) di dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Fokus penelitian yang dipaparkan dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti? 2) Bagaimana daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti?

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan: 1) Untuk mengetahui analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti. 2) Untuk mengetahui daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* adalah untuk melakukan penelitian secara langsung di lapangan untuk mengamati dan menggali informasi dari sumber terkait. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive* merupakan pengambilan sumber data yang dilandasi tujuan atau pertimbangan terlebih dahulu. Pola pengumpulan data yang digunakan seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan Analisis SWOT, dan menarik kesimpulan menggunakan triangulasi sumber.

Sehingga peneliti mendapat kesimpulan 1) Berdasarkan hasil analisis SWOT kekuatan (*Strenght*), meliputi lokasi budidaya yang jauh dari kebisingan, kualitas jangkrik yang dihasilkan, sumber pakan alternatif, dan relasi. Kelemahan (*Weakness*), meliputi pertumbuhan jangkrik terhambat dan adanya ancaman dari predator. Peluang (*Opportunities*), meliputi permintaan jangkrik yang semakin meningkat, biaya produksi rendah, dan pemanfaat media sosial. Ancaman (*Threats*), meliputi adanya wabah penyakit dan munculnya pesaing-pesaing baru; 2) Pada segi daya saing usaha meliputi modal usaha awal menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha budidaya jangkrik, lalu dalam segi inovasi budidaya jangkrik pengembangan dalam kualitas produk sangat ditekankan. Pengembangan usaha meliputi memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan dan memperluas jaringan penjualan, lalu dalam strategi peasaran meliputi penetapan pasar sasaran dan penentuan posisi pasar.

**Kata Kunci:** Daya Saing Usaha, Analisis SWOT, dan Budidaya



## DAFTAR ISI

	Hal.
<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Kajian Teori .....	28
1. Daya Saing Usaha .....	27

a. Pengertian Daya Saing .....	27
b. Indikator Daya Saing.....	29
2. Analisis SWOT .....	35
a. Pengertian Analisis SWOT .....	35
b. Unsur-Unsur SWOT .....	36
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Analisis SWOT .....	38
d. Diagram SWOT .....	39
e. Matrik SWOT .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Subyek Penelitian.....	45
D. Pengumpulan Data .....	46
E. Analisis Data .....	48
F. Keabsahan Data.....	50
G. Tahap-Tahap Penelitian .....	50
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaram Objek Penelitan .....	52
B. Penyajian Data dan Analisis.....	55
1. Analisis SWOT pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kecamatan Panti.....	55
2. Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kecamatan Panti.....	65

C. Pembahasan Temuan.....	83
1. Analisis SWOT pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kecamatan Panti.....	83
2. Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kecamatan Panti.....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93
B. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 : Matrik Penelitian	
Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 3 : Pedoman Penelitian	
Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 6 : Jurnal Kegiatan Penelitian	
Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian	
Lampiran 8 : Surat Keterangan Turnitin	
Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	
Lampiran 10 : Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal.
2.1	Penelitian Terdahulu .....	24
4.1	Jumlah KK dan Jumlah Penduduk Desa Panti Tahun 2022 .....	53
4.2	Mata Pencaharian Desa Panti .....	54



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal
2.1 Diagram SWOT .....	40
2.2 Matrik SWOT .....	42
4.1 Matrik SWOT .....	63
4.2 Biaya Usaha Budidaya Jangkrik .....	69
4.3 Matrik Daya Saing Usaha .....	82
4.4 Gambaran Analisis SWOT .....	84
4.5 Gambaran Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti	88
4.6 Data Omset Budidaya Jangkrik di Desa Panti .....	90



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yakni *Oikos* (rumah tangga) dan *Nomos* (tata aturan). Dari 2 kata tersebut, maka ekonomi secara sederhana dapat diartikan sebagai tata aturan rumah tangga. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), ekonomi berarti semua hal yang berhubungan dengan penghasilan, pembagian dan pemakaian barang-barang serta keuangan. Ekonomi berkaitan dengan suatu proses atau tindakan yang dilakukan guna menciptakan atau menghasilkan barang-barang dan/atau jasa yang kemudian hal tersebut bertujuan untuk mencukupi kebutuhan manusia.<sup>2</sup> Pada kenyataannya, ilmu ekonomi sangat penting untuk dipelajari, alasannya karena ada beberapa hal diantaranya berawal dari keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, sedangkan alat pemenuhan yang terbatas (langka), dan sumber daya alam sebagai sumber daya utama tidak semuanya langsung dapat digunakan, tetapi perlu adanya tahap pengolahan, perubahan bentuk, jumlah, atau pemindahan, hal tersebut yang dimaksud dengan proses produksi.<sup>3</sup>

Daya saing merupakan upaya untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia, teknologi, modal, dan sumber daya alamnya guna mencapai nilai tambah atau pertambahan nilai per unit masukan atau input.

---

<sup>2</sup> Hendra Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018), 8-9.

<sup>3</sup> Faruq Ubaid Al dan Mulyanto Edi, *Sejarah Teori-Teori Ekonomi* (Banten: UNPAM PRESS, 2017), 236.

Pada umumnya, daya saing berkaitan erat dengan produktivitas yang menentukan keberhasilan meningkatnya standar hidup para pelaku usaha.<sup>4</sup> Dalam siklus ekonomi, daya saing merupakan faktor yang sangat penting yang tidak bisa dihindari khususnya dalam hal proses produksi barang dan/atau jasa yang dilakukan guna mempengaruhi permintaan pasar. Pada dasarnya, konsep daya saing yang paling diterima ialah pada tingkat mikro. Secara klasik, teori ekonomi mikro mengajarkan bahwa dalam persaingan bisnis, memiliki tujuan mengoptimalkan keuntungan (*profit*), hal tersebut dikarenakan keberhasilan suatu perusahaan diindikasikan oleh keuntungannya. Pada dasarnya, ada beberapa bentuk persaingan yang terjadi diantaranya ialah masuknya pendatang baru, adanya ancaman produk pengganti, adanya tawar menawar pembeli, adanya tawar menawar pemasok (*suppliers*), dan persaingan antara pesaing yang ada.<sup>5</sup>

Budidaya jangkrik, yang belakangan ini ramai dilakukan oleh penduduk di Desa Panti, Kabupaten Jember. Awalnya, budidaya jangkrik ini dilakukan oleh seorang penduduk pada pertengahan tahun 2020, kemudian selang beberapa bulan se usai panen, bertambah 1 orang yang turut ikut membudidayakan jangkrik, mengingat proses budidaya jangkrik ini tidak terlalu sulit, tidak memakan banyak biaya, dan tidak terlalu banyak memakan waktu, serta hasil yang didapatkan dari budidaya ini juga bisa mencukupi.

Budidaya jangkrik di Desa Panti sudah berjalan kurang lebih sekitar 2

---

<sup>4</sup> Dandan Irawan, "Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha", *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. X1, No. 2, (2020), 103.

<sup>5</sup> Irsad Andriyanto, "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce", *Bisnis*, Vol. 6, No. 2, (2018), 90-91.

tahunan. Pada tahun 2021, peternak jangkrik bertambah 3 orang sampai tahun 2022 mencapai 5 orang. Pada umumnya, budidaya ini rata-rata dilakukan oleh kalangan muda. Usaha budidaya jangkrik ini dinilai memiliki peran dalam hal memperluas lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, pada kenyataannya ada beberapa peternak jangkrik yang sulit mengoptimalkan perkembangan usaha budidayanya ini. Tidak hanya itu, adanya persaingan antara sesama peternak jangkrik yang semakin ketat karena banyaknya penduduk yang ingin mencoba dan memulai usaha budidaya ini, yang mengharuskan setiap peternak jangkrik harus memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki agar usaha budidayanya ini bisa bertahan dalam keadaan apapun.

Keunikan dari usaha budidaya jangkrik di Desa Panti adalah dari tahun ke tahun peternak budidaya jangkrik semakin meningkat dan di Desa Panti mayoritas penduduknya memelihara burung. Oleh karena itu, dengan semakin banyak peminat burung, maka jumlah permintaan akan jangkrik juga semakin meningkat, diketahui bahwa dalam sehari permintaan jangkrik kurang lebih 10kg per konsumen.<sup>6</sup> Selama permintaan akan hewan jangkrik semakin tinggi maka semakin menjanjikan pula peluang usaha budidaya jangkrik di Desa Panti. Walaupun saat ini usaha budidaya jangkrik tersebut menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan, tetapi ada beberapa kendala seperti kurangnya tingkat pengetahuan penduduk terhadap perkembangan teknologi, yang mana teknologi ini sangat berpengaruh dalam memasarkan

---

<sup>6</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 16 Desember 2022.



atau mempromosikan suatu produk. Tidak hanya itu, penduduk di desa Panti dalam menjalankan suatu usaha hanya sekedar mengelola usaha tersebut, mereka tidak memahami tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menjalankan usaha tersebut.

Faktor yang menentukan adanya daya saing antara lain ketersediaan modal, teknologi, informasi, bahan baku, dan lain sebagainya. Faktor yang tidak kalah penting adalah tingkat pendidikan, manajemen yang baik, dan lain-lain. Dalam lingkungan usaha yang baru-baru ini, tentunya diikuti dengan maraknya pendatang baru untuk menguasai pasar, pemilik usaha dituntut agar mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya agar dapat terus bersaing. Dari penjelasan tersebut, maka analisis SWOT menjadi bagian yang sangat penting yang dibutuhkan dalam daya saing antara usaha budidaya sesama peternak jangkrik.

Analisis SWOT merupakan identifikasi bermacam faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) di dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor tersebut yang kemudian membentuk suatu akronim SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). SWOT ialah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dalam suatu dunia bisnis. Analisis SWOT (*SWOT Analysis*) yaitu meliputi beberapa upaya guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang,

dan ancaman yang akan menentukan suatu kinerja perusahaan. Informasi eksternal tentang peluang dan ancaman dapat diperoleh dari beberapa sumber, tak terkecuali pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain.<sup>7</sup>

Menurut Jogiyanto, SWOT digunakan untuk menilai sebuah kekuatan, kelemahan dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. (1) *Strenght* (kekuatan), ialah suatu sumberdaya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berkaitan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang bisa dilayani oleh perusahaan yang diharapkan bisa dilayani. Kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus yang memberikan keunggulan yang bersifat kompetitif untuk perusahaan di pasar. (2) *Weakness* (kelemahan), ialah suatu keterbatasan atau kekurangan yang ada dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif dapat menghambat proses kinerja sebuah perusahaan. Hal tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan. (3) *Opportunities* (peluang), ialah situasi yang sangat menguntungkan dalam ruang lingkup perusahaan. Kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, misalnya perubahan teknologi dan meningkatnya suatu hubungan antar perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran adanya peluang untuk perusahaan. (4) *Threats* (ancaman), ialah situasi penting yang

---

<sup>7</sup> Mashuri dan Dwi Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing", *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1, (2020), 99.

tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman adalah pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Contoh, adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.<sup>8</sup>

Analisis SWOT didasari pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif harus dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Jika diterapkan dengan akurat, asumsi tersebut mempunyai dampak yang sangat besar dari rancangan suatu strategi yang berhasil dan analisis lingkungan bisnis yang memberikan informasi yang dibantu untuk mengidentifikasi adanya peluang dan ancaman yang ada dialami oleh perusahaan.<sup>9</sup>

Situasi persaingan antar pemilik usaha saat ini semakin kompleks, hal tersebut yang membuat pemilik usaha harus meningkatkan daya saing diantara pesaing-pesaing yang ada. Begitupula yang terjadi pada pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti Kabupaten Jember, karena diketahui sampai saat ini ada 10 (sepuluh) penduduk yang sudah terjun dalam usaha budidaya jangkrik. Dari hal tersebut maka perlu adanya suatu strategi bersaing dengan menggunakan penerapan analisis SWOT. Tujuan dari penerapan analisis SWOT ini yang akan turut membantu untuk

---

<sup>8</sup> Ibid, 100.

<sup>9</sup> Anissa Mayang Indri Astuti dan Shinta Ratnawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 17, No. 2, (2020), 5.

mengembangkan usaha budidaya jangkrik dari mulai menentukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas secara mendalam tentang bagaimana kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang antara para pemilik usaha budidaya jangkrik dengan judul penelitian: **“DAYA SAING USAHA DENGAN ANALISIS SWOT PADA BUDIDAYA DI DESA PANTI”**.

### **B. Fokus Penelitian**

Sehubungan dengan konteks penelitian permasalahan yang sudah penulis uraikan, penulis kemudian menarik beberapa fokus penelitian diantaranya:

1. Bagaimana analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti?
2. Bagaimana daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti.
2. Untuk mengetahui daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis

Memperluas pengetahuan serta memberikan sumbangsih pemikiran ilmu pengetahuan terutama mengenai daya saing usaha dan analisis SWOT pada budidaya jangkrik. Bisa dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti yang bersangkutan maupun bagi para peneliti lain sehingga dalam kegiatan penelitian ini bisa dilakukan secara berkesinambungan.

---

<sup>10</sup> Ibid, 6.

## 2. Secara praktis

### a. Bagi Peneliti

Sangat berguna sebagai pengembangan ilmu dari mata kuliah yang telah peneliti tempuh selama kuliah dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya secara nyata mengenai daya saing usaha dan analisis SWOT pada budidaya jangkrik, serta menjadi tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelas Sarjana Strata (S1).

### b. Bagi Instansi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat ditambahkan sebagai bahan masukan yang bermanfaat dalam menambah pengetahuan khususnya bagi para mahasiswa dan pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan, serta diharapkan agar dapat dijadikan sebagai referensi penelitian selanjutnya.

### c. Bagi Masyarakat Secara Keseluruhan

Sebagai bahan bacaan yang diharapkan bisa membawa wawasan dalam memberikan pemahaman maupun menambah pengetahuan mengenai daya saing usaha dan analisis SWOT pada budidaya jangkrik bagi para pembaca.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan penjelasan dari kata per kata atau frasa penting yang tercantum dalam judul penelitian. Tujuan dari hal ini adalah untuk mencegah terjadinya kekeliruan atau kesalahpahaman dalam interpretasi

makna istilah yang dapat menyebabkan penyimpangan oleh pembaca dalam skripsi ini.

### 1. Daya Saing Usaha

Daya saing merupakan sebuah upaya untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia, teknologi, modal, dan sumber daya alamnya guna mencapai nilai tambah atau penambahan nilai per unit masukan atau input. Daya saing sendiri mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian, terlebih pada proses produksi barang dan atau jasa.

Daya saing bisa juga diartikan sebagai suatu kemampuan produsen untuk menghasilkan barang dengan biaya yang minim atau rendah, sehingga menyebabkan kegiatan produksi dapat memperoleh keuntungan dengan harga pasar internasional dan domestik. Daya saing juga menjadi hal yang sangat penting, setiap pelaku usaha diharapkan selalu menekankan bahwa hal ini dapat menjadi sebuah dasar pengembangan usaha.

Adanya persaingan usaha yang semakin sulit, yang membuat setiap pelaku usaha harus menggunakan daya saing yang mereka miliki, misal berusaha untuk mewujudkan sebuah layanan yang baik untuk pelanggan.<sup>11</sup>

Dari hal tersebut, diharapkan para pelaku usaha bisa lebih meningkatkan kualitas usaha yang dimilikinya.

---

<sup>11</sup> Muhammad Azis, dkk, "Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran: Studi Kasus Pada Bisnis Kuliner", *Seminar Nasional Hasil Penelitian* (2021), 1420.

## 2. Analisis SWOT

Analisis SWOT ialah identifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), peluang (*Opportunities*), akan tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*). Perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Menurut Rais, metode analisis SWOT dianggap sebagai sebuah metode analisis yang paing dasar, hal tersebut berguna untuk mengetahui suatu topik atau permasalahan dari 4 (empat) sisi yang berbeda. Biasanya, hasil analisa berupa arahan atau rekomendasi guna mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan dari peluang yang ada, sembari mengurangi kekurangan dan menghindari adanya ancaman. Apabila digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang diabaikan atau tidak nampak.<sup>12</sup>

Dari penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan suatu proses evaluasi terhadap seluruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.<sup>13</sup> Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang dipengaruhi oleh internal perusahaan, sedangkan

---

<sup>12</sup> Sunaryo dan Rusdarti, "Analisis SWOT Untuk Menetapkan Strategi Bersaing Pada PT. Tarindo", *Economics Development Analysis Journal* , Vol. 6, No. 1 (2017), 88.

<sup>13</sup> Bagas Aji Romadhon, Musriha, RM Bramastyo KN, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Properti PT. Sentra Bumi Nirwana di Sidoarjo", *Bhencmark*, Vol. 2, No. 1 (2021), 52.

peluang dan ancaman merupakan faktor yang disebabkan oleh pihak eksternal perusahaan atau lingkungan eksternal. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan analisis SWOT sebagai dasar untuk mengetahui kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik, sehingga nantinya bisa diketahui daya saing pada usaha budidaya ini.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan suatu gambaran umum isi atau materi dari skripsi ini. Maka peneliti akan menyajikan sebuah sistematika pembahasan didalamnya terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu diantaranya:

1. Bagian pertama, didalamnya terdiri dari lampiran judul, lampiran persetujuan, lampiran pengesahan, lampiran motto, lampiran persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian kedua adalah isi, yang tersusun dalam beberapa bab, diantaranya:

**BAB I PENDAHULUAN**, yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan, manfaat penelitian, dan definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**, yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori.

**BAB III METODE PENELITIAN**, yang akan menjelaskan metode penelitian sebagai acuan dalam penelitian ini, yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian,



teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, tahapan penelitian.

**BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**, pada bab ini membahas tentang penyajian data dan analisis yang menjelaskan gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis dan pembahasan temuan tentang daya saing usaha dengan analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti.

**BAB V PENUTUP**, yang merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang berisi tentang kesimpulan dan saran. Menyediakan ringkasan atas penjelasan yang berisi keseluruhan yang ditemukan dalam penelitian dan dengan fokus penelitian. Kesimpulan diperoleh atas dasar analisis serta pemahaman yang didapat dari data yang dihasilkan dan telah diuraikan pada penjelasan sebelumnya.

Bagian akhir dari skripsi ini akan dicantumkan Daftar Pustaka.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti mencantumkan hasil dari penelitian terdahulu yang kemudian akan dikaitkan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

1. Neneng Dwi Cahyati “Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Tahu Di Desa Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah)” (2021). Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Metodologi penelitian pada penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan pengamatan, dengan menggunakan data primer dan sekunder. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan induktif.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal diketahui bahwa faktor strategis dari kekuatan UMKM di Desa Bangun Rejo yakni proses produksi dan pemilihan bahan baku untuk produksi dan faktor strategis kelemahan yakni seluruh peluang yang ada permintaan produksi tahu yang meningkat di pasaran serta perkembangan teknologi. Dari permasalahan-permasalahan tersebut maka

dibutuhkan adanya strategi untuk meningkatkan posisi dalam persaingan usaha. Strateginya yakni memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memperluas jangkauan, membuat promosi di iklan atau media sosial, meningkatkan kualitas produk dengan cara mempertahankan kualitas produknya, meningkatkan kapasitas produksi, serta membangun kerja sama dengan pihak terkait, mengikuti pelatihan kerja, meningkatkan kekuatan modal, menggunakan peralatan usaha yang modern dan meningkatkan infrastruktur penunjang usaha.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan datanya menggunakan cara wawancara serta sama-sama membahas mengenai analisis SWOT. Adapun perbedaannya adalah penelitian tersebut fokus pembahasannya mengenai analisis SWOT yang dijadikan sebagai dasar perumusan strategi bisnis pada UMKM, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti fokus pembahasannya mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.<sup>14</sup>

2. Muhammad Andika “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (2020). Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas

---

<sup>14</sup> Neneng Dwi Cahyati, “Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Tahu Di Desa Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah)”, (Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian tersebut dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari wawancara kemudian melakukan pengolahan data yang diperoleh dari metode Matriks SWOT dan Matriks Internal-Eksternal.

Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu pada hasil perhitungan EFAS, PT. Al-Muchtar kondisi internal memperoleh skor untuk faktor peluang sebesar 1,94 dan faktor kelemahan sebesar 1,36 dengan nilai total skor table IFAS sebesar 3,5 yang menunjukkan bahwa peluang PT. Al-Muchtar lebih besar daripada ancaman. Berarti PT. Al-Muchtar berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dan untuk metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian tersebut fokus membahas mengenai analisis SWOT sebagai penerapan strategi pengembangan, sedangkan pada penelitian ini fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Muhammad Andika, "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

3. Mely Permatasari “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur” (2020). Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode penelitian kuantitatif. Adapun untuk sumber datanya yaitu pengusaha Roti Barokah dan analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu kekuatan (*Strength*) yang dimiliki pengusaha Roti Barokah di Desa Paokmotong adalah dari segi pemasaran, sumber daya manusia (SDM) dan sertifikat label Halal. Sedangkan kelemahan (*Weakness*) usaha Roti Barokah yaitu pengusaha masih memiliki persoalan tentang keterbatasan modal, pengelolaan keuangan yang belum stabil, karena akibat pengusaha yang belum paham cara pencatatan keuangan akuntansi, pencantuman tanggal kadaluarsa belum ada karena bentuk kemasan masih sederhana. Peluang (*Opportunities*) yang ditemukan dalam Roti Barokah yaitu cara pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen, hubungan yang baik dengan pemasok. Untuk ancaman (*Threats*) yang dimiliki Roti Barokah adalah para pesaing yang sejenis dan produk substitusi (makanan pengganti).

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan sama-sama membahas mengenai analisis SWOT. Adapun perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, penelitian tersebut fokus membahas

analisis SWOT dalam penelitian tersebut fokus pada pengembangan usaha, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus dalam hal penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.<sup>16</sup>

4. Feni Indah Nurlita “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus Pada Kerajinan *Home Industry* di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga) (2020). Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara kemudian dianalisis dengan analisis SWOT.

Kesimpulan hasil penelitian tersebut yaitu bahwa dari hasil diagram cartesius, dijelaskan bahwa usaha sapu ini berada pada kuadran ketiga, yaitu kuadran *Strategi Turn Around* dimana kuadran tersebut merupakan situasi kondisi perusahaan memiliki kelemahan namun mempunyai peluang yang besar untuk bersaing di pasaran. Jika dikaitkan dengan matriks SWOT maka usaha ini berada pada strategi WO (*Weakness-Opportunity*), pada strategi ini merupakan strategi yang menggunakan

---

<sup>16</sup> Mely Permatasari, “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur”, (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, UIN Mataram, 2020).

pemanfaatan faktor peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada fokus pembahasan, fokus pembahasan pada penelitian tersebut lebih cenderung pada peningkatan volume penjualan, sedangkan fokus pembahasan pada penelitian ini lebih fokus pada daya saing usaha.<sup>17</sup>

5. Mashuri, Dwi Nurjannah “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)”. Jurnal Perbankan Syariah (2020).

Metodologi yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu metode penelitian kuantitatif deskriptif dan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, kuesioner, dan kepustakaan. Kesimpulan hasil dari penelitian tersebut adalah strategi analisis SWOT meningkatkan daya saing PT. Bank

Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru menggunakan strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*) didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik itu dalam penjualan aset, *profit*, maupun kombinasi dari ketiganya.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing. Adapun perbedaannya terletak pada metode

---

<sup>17</sup> Feni Indah Nurlita, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus Pada Kerajinan Home Industri di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga), (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

penelitian, penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.<sup>18</sup>

6. Alwendi “Penerapan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”, *Jurnal Manajemen Bisnis* (2020).

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif deskriptif. Analisis datanya dilakukan dengan mendeskripsikan jawaban responden yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, distribusi frekuensi, dan grafik. Kesimpulan hasil dari penelitian tersebut yaitu sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan salah satunya adalah dengan menerapkan sistem *e-commerce*. *E-commerce* dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Adapun manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha ketika menerapkan *e-commerce* antara lain meningkatkan omset penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, sebagai sarana promosi dan dapat memperluas bisnis.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, penelitian tersebut fokus membahas mengenai penerapan *e-commerce* dalam meningkatkan

---

<sup>18</sup> Mashuri dan Dwi Nurjannah, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)”, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (2020).



daya saing usaha, sedangkan penelitian ini fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.<sup>19</sup>

7. Khusniatul Mazidun Nikmah “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam” (2019). Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan dilengkapi dengan data primer (dengan cara wawancara) dan data sekunder (buku, jurnal, artikel, dan lain-lain). Dalam hal analisis data menggunakan deskriptif analisis.

Kesimpulan hasil dari penelitian tersebut yaitu berdasarkan rumusan masalah dari analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa dalam matrik IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2.99. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering berada di posisi internal yang kuat, usaha ini memiliki kekuatan baik dari segi produk. Selanjutnya, di matrik EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3.24. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa usaha Kurnia Sari Katering merespon diketahui setelah menggunakan kekuatan dengan peluang dan strategi SO, maka diperoleh untuk mempertahankan rasa yang enak dan penataan yang rapi. Pada strategi ST diperoleh hasil meningkatkan promosi dengan

---

<sup>19</sup> Alwendi, “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3 (2020).

memanfaatkan media sosial dan menambah tenaga kerja. Pada strategi WO diperoleh hasil untuk meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Pada strategi WT, mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan. Kurnia Sari Katering juga melakukan strategi berdasarkan ajaran Nabi Muhammad S.A.W, yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama membahas mengenai analisis SWOT pada suatu usaha dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Adapun perbedaannya ialah terletak pada fokus pembahasan, fokus pembahasan penelitian tersebut adalah analisis SWOT sebagai strategi untuk pengembangan usaha, sedangkan fokus pembahasan pada penelitian ini adalah penerapan analisis SWOT dalam daya saing suatu usaha.<sup>20</sup>

8. Haryati “Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Parepare” (2019). Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pedoman observasi, wawancara, serta dokumentasi. Sumber data yang digunakan meliputi

---

<sup>20</sup> Khusniatul Mazidun Nikmah, “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam”, (Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

informasi dari manajer atau pimpinan perusahaan atau karyawan yang berkaitan untuk menunjang keakuratan data.

Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh BTN Syariah KCP Parepare dalam hal pemasaran antara lain dengan melakukan peningkatan kualitas produk, terus melakukan promosi-promosi, penempatan lokasi bank yang strategis, serta melakukan peningkatan kualitas layanan agar nasabah tetap loyal kepada bank dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah. BTN Syariah KCP Parepare menerapkan analisis SWOT untuk melihat segala situasi-situasi yang ada di sekitarnya.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas mengenai analisis SWOT. Adapun perbedaannya adalah terletak pada fokus penelitiannya, penelitian tersebut fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini lebih fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.<sup>21</sup>

9. Munawaroh Tuddohiyah “Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Minyak Kelapa Indonesia” (2018). Program Studi Agribisnis Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

---

<sup>21</sup> Haryati, “Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Parepare”, (Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2019).

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu metode penelitian kuantitatif. Adapun data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah data primer dan sekunder. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu Indonesia dihadapkan dengan kondisi kekurangan bahan baku. Hal ini dikarenakan banyak tanaman kelapa yang rusak dan tua yang berpengaruh terhadap produksi dan produktivitas kelapa, ekspor buah kelapa ilegal menjadi legal dan terjadinya pergeseran industri yang membuat antar industri bersaing mendapatkan bahan baku. Berdasarkan analisis SWOT, dengan fokus pada strategi SO maka didapatkan tiga strategi peningkatan daya saing minyak kelapa, yaitu: meningkatkan produksi dan produktivitas kelapa, memperluas pasar serta menjamin standar kualitas ekspor minyak kelapa dan menjamin ketersediaan bahan baku industri.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas daya saing dengan menggunakan analisis SWOT. Adapun perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.<sup>22</sup>

10. Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, Bambang Sutikno “Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik”.  
Jurnal EMA-Ekonomi Manajemen Akuntansi (2018).

---

<sup>22</sup> Munawaroh Tuddohiyah, “Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Minyak Kelapa Indonesia”, (Skripsi, Program Studi Agribisnis, Universitas Negeri Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan jenis pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan data sekunder. Kesimpulan hasil penelitian tersebut yaitu berdasarkan analisis SWOT, PT. Karunia Sentosa Plastik berada pada tahap *Growth Strategy* (tahap pertumbuhan) dengan menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunity Strategy*) yang memaksimalkan kekuatan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sama-sama membahas mengenai analisis SWOT, serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada fokus pembahasan, penelitian tersebut fokus membahas mengenai analisis SWOT sebagai penentuan strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini fokus membahas mengenai analisis SWOT guna mengetahui daya saing usaha.<sup>23</sup>

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Neneng Dwi Cahyati “Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam (Studi Pada	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan datanya menggunakan cara wawancara serta sama-sama membahas	Penelitian tersebut fokus pembahasannya mengenai bagaimana analisis SWOT dijadikan sebagai dasar perumusan strategi bisnis pada UMKM, sedangkan penelitian yang dilakukan

<sup>23</sup> Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, Bambang Sutikno “Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik”, *Jurnal EMA-Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, (2018).

No	Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
	UMKM Tahu Di Desa Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah)” (2021).	mengenai analisis SWOT.	oleh peneliti fokus pembahasannya mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.
2.	Muhammad Andika “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (2020).	Sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dan untuk metode penelitiannya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian tersebut fokus membahas mengenai analisis SWOT sebagai penerapan strategi pengembangan, sedangkan pada penelitian ini fokus membahas analisis SWOT dalam daya saing usaha.
3.	Mely Permatasari “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur” (2020).	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, dan sama-sama membahas mengenai analisis SWOT.	Penelitian tersebut fokus membahas analisis SWOT dalam penelitian tersebut fokus pada pengembangan usaha, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus dalam hal penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.
4.	Feni Indah Nurlita “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus Pada Kerajinan Home Industry di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga) (2020).	Sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Fokus pembahasan pada penelitian tersebut lebih cenderung pada peningkatan volume penjualan, sedangkan fokus pembahasan pada penelitian ini lebih fokus pada daya saing usaha.
5.	Mashuri, Dwi Nurjannah “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)” (2020).	Sama-sama membahas mengenai analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing.	Terletak pada metode penelitian, penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif.
6.	Alwendi “Penerapan <i>E-Commerce</i> Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha” (2020).	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian tersebut fokus membahas mengenai penerapan <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan daya saing usaha, sedangkan penelitian ini fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT

No	Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
			dalam daya saing usaha.
7.	Khusniatul Mazidun Nikmah “Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam” (2019).	Sama-sama membahas mengenai analisis SWOT pada suatu usaha dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan penelitian lapangan ( <i>field research</i> ).	Fokus pembahasan penelitian tersebut adalah bagaimana analisis SWOT sebagai strategi untuk pengembangan usaha, sedangkan fokus pembahasan pada penelitian ini adalah penerapan analisis SWOT dalam daya saing suatu usaha.
8.	Haryati “Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Parepare” (2019).	Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas mengenai analisis SWOT.	Penelitian tersebut fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini lebih fokus membahas mengenai penerapan analisis SWOT dalam daya saing usaha.
9.	Munawaroh Tuddohiyah “Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Minyak Kelapa Indonesia” (2018).	Sama-sama membahas daya saing dengan menggunakan analisis SWOT.	Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.
10.	Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, Bambang Sutikno “Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik” (2018).	Sama-sama membahas mengenai analisis SWOT, serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	Penelitian tersebut fokus membahas mengenai analisis SWOT sebagai penentuan strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini fokus membahas mengenai analisis SWOT guna mengetahui daya saing usaha.

Sumber: (Diolah dari penelitian terdahulu).

Dari beberapa jenis penelitian yang telah dipaparkan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan yang dimiliki yaitu sama-sama membahas

mengenai daya saing usaha dan analisis SWOT. Perbedaan penelitiannya yaitu terletak pada fokus pembahasan, penelitian terdahulu membahas mengenai analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran, strategi pengembangan usaha, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus membahas mengenai analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing usaha. Maka dari itu, peneliti mencoba mengemas penelitian dengan konsep tetap menggunakan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing usaha. Sehingga penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan dengan peneliti sebelumnya.

## **B. Kajian teori**

Memilih kajian teori merupakan hal yang penting guna mendapatkan pengetahuan baru yang dijadikan sebagai pegangan umum. Dalam hal ini peneliti menggunakan acuan teori sebagai berikut:

### **1. Daya Saing Usaha**

#### **a. Pengertian daya saing**

Daya saing merupakan upaya untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia, teknologi, modal, dan sumber daya alamnya guna mencapai nilai tambah atau pertambahan nilai per unit masukan atau input. Pada umumnya, daya saing berkaitan erat dengan produktivitas yang menentukan keberhasilan meningkatnya standar hidup para pelaku usaha. Daya saing bisa juga diartikan sebagai suatu kemampuan produsen untuk menghasilkan barang dengan biaya yang minim atau rendah, sehingga menyebabkan kegiatan produksi dapat



memperoleh keuntungan dengan harga pasar internasional dan domestik. Daya saing juga menjadi hal yang sangat penting, setiap pelaku usaha diharapkan selalu menekankan bahwa hal ini dapat menjadi sebuah dasar pengembangan usaha.<sup>24</sup>

Menurut *Council Of Competitiveness*, Washington DC, pada tahun 2006, daya saing ialah kapasitas bangsa dalam menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan tetap menjaga atau meningkatkan pendapatan riil-nya. Menurut *European Commission* pada tahun 1999, daya saing ialah kemampuan menghasilkan suatu produk, barang dan/atau jasa yang bertujuan untuk memenuhi pengujian internasional, dan juga dapat memelihara pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan suatu daerah dalam menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan terbuka pada persaingan eksternal. Martin, menyebutkan bahwa konsep definisi daya saing suatu negara atau daerah mencakup beberapa unsur utama, antara lain:

- 1) Meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- 2) Mampu berkompetensi dengan daerah maupun negara lain.
- 3) Mampu memenuhi kewajibannya baik domestik maupun internasional.
- 4) Dapat menyediakan lapangan kerja.

---

<sup>24</sup> Andi Suranta Meliala, Nazaruddin Matondang, dan Rahmi M Sari, "Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen", *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol. 13, No. 2 (2014), 644.

- 5) Pembangunan yang berkesinambungan dan tidak membebani generasi baru.<sup>25</sup>

Dari penjabaran tersebut, maka daya saing dapat didefinisikan sebagai suatu kemampuan dari suatu industri guna menunjukkan kelebihan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya.

b. Indikator daya saing

1) Modal usaha

Menurut Kasmir, modal usaha merupakan salah satu indikator penting yang dapat mendukung berjalannya suatu usaha. Ratna Maulidiyah mengungkapkan salah satu persoalan mendasar yang selalu dihadapi oleh UMKM yaitu permodalan. Artinya dana yang dipergunakan untuk berjualan merupakan jalan untuk berlangsungnya sebuah usaha. Tidak dapat dipungkiri, bahwasanya

setiap usaha atau perusahaan membutuhkan dana atau biaya untuk menjalankan usahanya. Tentunya, hal tersebut dapat menjadi sebuah persoalan yang dihadapi oleh semua pengusaha, dikarenakan untuk memulai suatu usaha dibutuhkan sejumlah uang (modal awal).<sup>26</sup> Modal awal tersebut yang kemudian digunakan untuk membeli seluruh kebutuhan seperti misalnya membeli bahan baku, yang kemudian dari bahan baku tersebut perusahaan atau

<sup>25</sup> Ibid, 645.

<sup>26</sup> Mitha Christina Ginting, "Peranan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas", *Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No. 2 (2018), 188.

pemilik usaha dapat menghasilkan sejumlah output yang kemudian dapat dijual untuk mendapat sejumlah uang pengembalian modal beserta keuntungan.<sup>27</sup>

## 2) Inovasi

Menurut Luecke, inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan suatu pengetahuan atau gagasan ide yang kemudian disesuaikan guna mendapat nilai baru suatu produk, proses, atau jasa. Menurut Suryono dan Dodik, inovasi ialah teknik atau produk yang menggunakan teknologi baru agar lebih berguna. Bisa dikatakan sebagai penerapan yang berhasil dari gagasan yang kreatif dan dapat dijadikan mekanisme untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk mengenalkan dan menawarkan ide-ide baru yang inovatif untuk meningkatkan daya saing.<sup>28</sup>

Menurut Kotler, inovasi produk adalah keseluruhan proses yang dimulai dari ide baru, penemuan baru, dan pengembangan dari suatu pasar baru yang saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Jenis-jenis inovasi produk ada 2 (dua) yaitu inovasi produk baru dan inovasi pengembangan produk. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk antara lain permintaan yang memadai, produk sesuai dengan struktur pemasaran yang ada,

---

<sup>27</sup> Ibid, 189.

<sup>28</sup> Ibid, 145.

produk baru lebih utama dan lebih menguntungkan, kemampuan keuangan yang ada, kemampuan yang tidak melanggar hukum, adanya kemampuan manajemen yang memadai untuk menangani.<sup>29</sup>

### 3) Pengembangan Usaha

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan suatu usaha ialah memiliki pengalaman berusaha serta keahlian dalam berusaha. Pengalaman berusaha tersebut memperoleh banyak pembelajaran tentang informasi apa yang dibutuhkan dan digunakan dalam pengambilan keputusan. Keahlian berusaha merupakan kemahiran para pengusaha untuk mengorganisasi berbagai faktor produksi untuk keberhasilan usahanya. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi suatu usaha dapat berkembang ialah kualitas produk yang dihasilkan, loyalitas yang menunjukkan seberapa jauh loyalitas yang diberikan oleh para pengusaha terhadap tenaga kerja, promosi yang juga merupakan suatu tindakan untuk menginformasikan atau mengingatkan konsumen tentang spesifikasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan<sup>30</sup>.

Dalam pengembangan usaha, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan misalnya teliti dalam menentukan target

<sup>29</sup> Miftakhul Amin, Sudarwati, Siti Maryam, “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran di sentra Industri Mebel Desa Sembungan”, *Edunomika* Vol. 3, No. 2 (Agustus 2019), 502.

<sup>30</sup> Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang”, *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol. 10, No. 2 (2012), 75-78.

pasar, menjalin komunikasi dengan orang lain, berani berinvestasi, fokus dalam usaha, promosi, pemasaran dan mempertimbangkan untuk mengembangkan bisnis. Ada beberapa strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan usaha antara lain membangun *brand* yang menarik, membuat konten *marketing* yang menarik, menciptakan inovasi secara berkala, memanfaatkan media sosial dengan tepat, melakukan riset kompetitor, memperluas jaringan bisnis, memperbanyak promo, dan melakukan evaluasi.<sup>31</sup>

Selain itu, pengembangan usaha memiliki tujuan tertentu antara lain mampu membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang lain di sekitar lokasi usaha, dapat menciptakan jaringan bisnis baru yang dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja, mengembangkan semangat berwirausaha kepada orang lain, membantu pengusaha muda baik dalam kreasi maupun inovasi usaha dan meningkatkan kesejahteraan bagi pengusaha itu sendiri maupun masyarakat sekitar.

#### 4) Strategi Pemasaran

Menurut Marrus, strategi sebagai suatu proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Menurut Chandra, strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan mengenai dampak dari

---

<sup>31</sup> Ibid, 79-80.

berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi dan lain sebagainya.

Dalam merumuskan strategi pemasaran, ada 3 (tiga) komponen yang perlu diketahui antara lain:

a) Strategi segmentasi pasar. Segmentasi pasar ialah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, maupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri dari beberapa segmen yang berbeda-beda.

b) Strategi penentuan pasar sasaran yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal maupun secara horizontal. Menurut Umar, dalam menelaah pasar sasaran harus mengevaluasi dengan menelaah tiga faktor yaitu

ukuran dan pertumbuhan segmen, kemenarikan structural segmen, serta sasaran dan sumberdaya.<sup>32</sup>

- c) Penentuan posisi pasar (*positioning*) ialah strategi untuk merebut posisi di benak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Menurut Philip Kotler, *positioning* adalah aktivitas mendesain citra dan mempromosikan diri dibenak konsumen, sedangkan bagi Yoram Wind, *positioning* adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan dibenak pelanggan. Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam 4 (empat) aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix*. Adapun *marketing mix* atau bauran pemasaran antara lain:

1) *Product* (Produk)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, *design*, fitur, nama merk, kemasan, serta layanan.

2) *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-

---

<sup>32</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29, No. 1 (2015), 60.

satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya.

### 3) *Place* (Tempat)

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran distribusi ialah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

### 4) *Promotion* (Promosi)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Menurut Kotler, promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.<sup>33</sup>

## 2. Analisis SWOT

### a. Pengertian Analisis SWOT

Menurut Eddy Yunus, Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) internal suatu perusahaan dengan peluang (*Opportunities*)

---

<sup>33</sup> Ibid, 61.



dan ancaman (*Threats*) lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Irham Fahmi, menyebutkan bahwa Analisis SWOT merupakan sarana bantu bagi perencana strategi untuk mengimplementasikan strategi-strategi yang telah ditentukan guna mencapai sebuah tujuan. Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan dengan tujuan untuk mengevaluasi suatu usaha atau bisnis untuk kemudian mencari strategi usaha apa yang akan dilakukan untuk kedepannya agar bisa bersaing atau memenangkan persaingan usaha.<sup>34</sup>

Kekuatan (*Strength*) ialah kegiatan-kegiatan suatu usaha yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Kelemahan (*Weakness*) ialah kegiatan-kegiatan suatu usaha yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan tetapi tidak dimiliki oleh pemilik usaha. Peluang (*Opportunities*) ialah faktor-faktor lingkungan luar yang bersifat positif. Ancaman (*Threats*) ialah faktor-faktor lingkungan luar yang bersifat negatif.<sup>35</sup>

#### b. Unsur-unsur SWOT

##### 1) Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) ialah situasi internal yang berupa kompetensi atau sumber daya yang dimiliki oleh pemilik usaha yang kemudian dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani ancaman. Menurut David, kekuatan (*Strength*) dalam

<sup>34</sup> Ayu Afsari dan Eva Rachmawati, "Tinjauan Tentang Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Café)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan* 2 (2019), 110-111.

<sup>35</sup> Istiqomah dan Irsad Andriyanto, "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis", *Bisnis* 2 (2017), 370-371.

analisis SWOT meliputi sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Dalam kata lain bahwa kekuatan merupakan kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

## 2) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) ialah situasi internal yang dimana kompetensi atau sumber daya yang dimiliki sulit untuk digunakan dan tidak bisa menangani ancaman. Kelemahan dalam analisis SWOT merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

## 3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) ialah situasi eksternal yang berpotensi untuk menguntungkan. Contoh, suatu usaha memiliki sumber daya manusia yang memadai. Peluang dalam analisis SWOT merupakan situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi

dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok, hal tersebut merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

#### 4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) ialah situasi eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Misal, adanya pesaing-pesaing usaha yang baru. Ancaman dalam analisis SWOT merupakan situasi penting yang dianggap tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi kesuksesan perusahaan.<sup>36</sup>

#### c. Faktor yang mempengaruhi analisis SWOT

Dalam faktor yang mempengaruhi analisis SWOT terdapat 2 (dua) faktor yakni faktor dari dalam lingkungan perusahaan (*Internal*) dan faktor dari luar lingkungan perusahaan (*Eksternal*).

##### 1) Faktor *Internal*

Merupakan faktor yang berasal dari dalam perusahaan, meliputi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Berikut bagian-bagian dari faktor *Internal*:

a) Sumberdaya

b) Finansial perusahaan

---

<sup>36</sup> I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 9, No. 2 (2017), 399.

- c) Kegiatan operasional
- d) Kegiatan pemasaran<sup>37</sup>

## 2) Faktor *Eksternal*

Merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan, meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Berikut bagiannya:

- a) Aspek pasar
- b) Aspek pesaing
- c) Aspek pemasok<sup>38</sup>

## d. Diagram SWOT

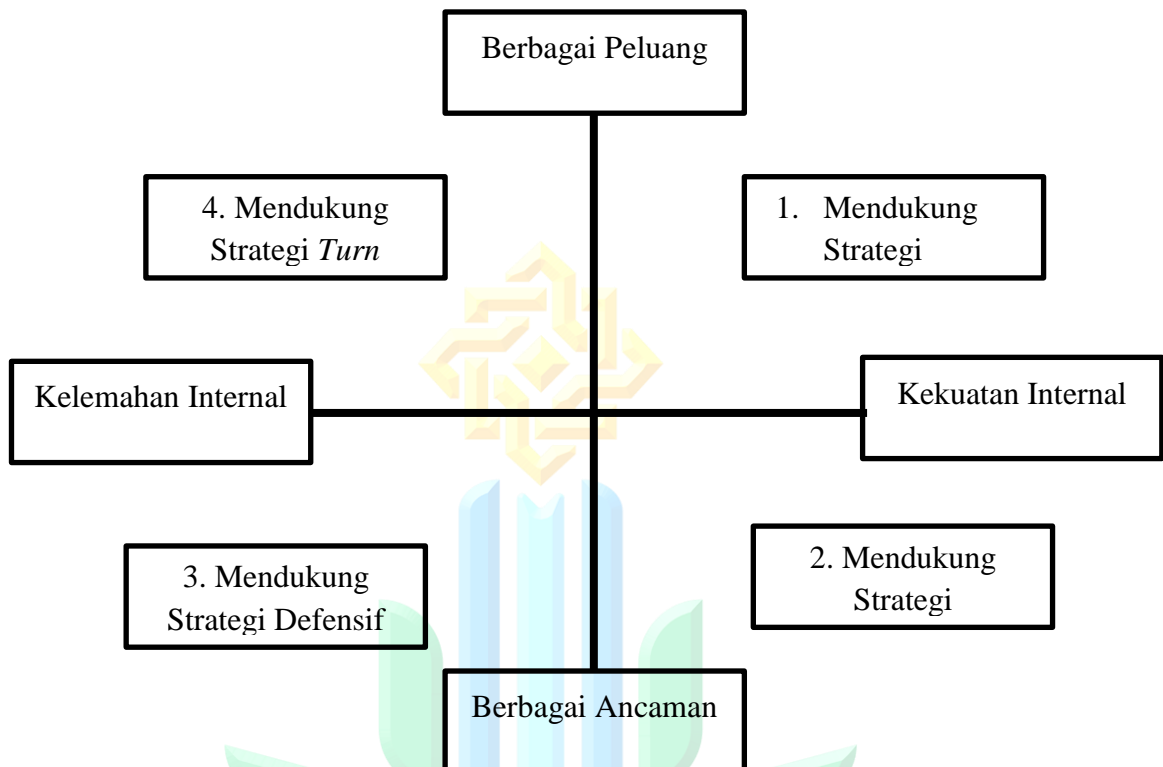
Diagram SWOT merupakan langkah untuk menelaah dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X didapat dari selisih antara *Strenght* dan *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari *Opporunities* dan *Threath*. Berikut merupakan gambar Diagram SWOT:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>37</sup> Silvia Rahmawati dan Sutantri, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri”, *Jurnal At-Tamwil*, Vol. 1, No. 1 (2019), 95.

<sup>38</sup> *Ibid*, 96.

**Gambar 2.1**  
**Diagram SWOT**



Sumber: Freddy Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT.

Diagram analisis SWOT pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>39</sup>

1) Kuadran 1, merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

2) Kuadran 2, dimana menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi internal.

<sup>39</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1997), 20.

- 3) Kuadran 3, kondisi ini memperlihatkan dimana perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang.
- 4) Kuadran 4, merupakan situasi yang tidak menguntungkan, karena jelas terlihat dari pihak internal maupun eksternal sangat lemah.

e. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat (4) set kemungkinan alternatif strategis.

**Gambar 2.2**  
**Matriks SWOT**

IFAS	STRENGHT (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS(W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT.

Terdapat empat strategi dalam matrik analisis SWOT pada gambar di atas sebagai berikut:

- 1) Strategi SO (*Strenght and Oppurtunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan fikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- 2) Strategi ST (*Strenght and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan juga bersifat mempertahankan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

## BAB III

### PENYAJIAN DATA

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yakni dengan maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya tindakan, perilaku, persepsi, dan lain sebagainya.<sup>40</sup> Adapun penelitian kualitatif ialah penelitian yang mendeskripsikan suatu kondisi atau peristiwa yang terjadi pada saat penelitian dilakukan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara terjun secara langsung ke lapangan untuk mengamati dan menggali informasi dari sumber terkait. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui dan memberikan gambaran mengenai daya saing usaha dengan analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti Kabupaten Jember.

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dilakukannya suatu kegiatan penelitian. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka lokasi penelitian yang dilakukan adalah di Desa Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. Alasan pengambilan lokasi ini dikarenakan di Desa Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember terdapat tempat usaha budidaya jangkrik, yang merupakan sebuah fenomena baru yang muncul di Desa Panti. Dari hasil wawancara

---

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), 309.



dengan Bapak Junaidi, sebagai salah satu peternak jangkrik di Desa Panti, bahwa budidaya ini sudah berjalan kurang lebih sekitar dua tahunan. Awalnya budidaya ini dilakukan oleh beberapa orang penduduk Desa Panti, setelah beberapa bulan setelah panen, ada 2 (dua) warga lainnya yang ikut membudidayakan jangkrik, mengingat proses yang dilakukan tidak terlalu sulit, tidak memakan banyak biaya, tidak terlalu banyak memakan waktu, dan hasil yang didapatkan lumayan banyak, budidaya ini rata-rata dilakukan oleh penduduk kalangan muda. Dari hal tersebut, terdapat adanya rasa bersaing antara sesama peternak jangkrik yang semakin ketat karena banyaknya penduduk yang ingin mencoba dan memulai usaha budidaya ini, yang mengharuskan setiap peternak jangkrik harus memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki agar usaha budidayanya ini bisa bertahan dalam keadaan apapun.<sup>41</sup> Maka dari itu, peneliti ingin menggali informasi dengan melakukan penelitian daya saing usaha dengan analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti Kabupaten Jember.

### C. Subyek Penelitian

Penentuan subyek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Teknik ini memilih dan menentukan informan dengan pertimbangan-pertimbangan yang telag ditentukan. Teknik *purposive* merupakan teknik pengambilan sumber data yang dilandasi tujuan atau pertimbangan terlebih dahulu.<sup>42</sup> Pertimbangan tersebut adalah terkait informan yang dianggap

---

<sup>41</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 18 Oktober 2022.

<sup>42</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenada Media, 2016), 215.

peneliti paham tentang Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini, subyek penelitian atau informan yang terlibat antara lain:

1. Junaidi selaku peternak jangkrik.
2. Miskandar selaku peternak jangkrik.
3. Rofiq selaku peternak jangkrik.
4. Bambang selaku peternak jangkrik.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, sumber data yang dikumpulkan merujuk pada fokus penelitian, adapun karakteristik pendukung yakni berupa surat atau dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode dalam proses pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi adalah metode yang dilakukan guna mendapatkan sebuah data, dengan pengamatan yang dilakukan secara sistematis untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas terhadap fenomena yang akan diteliti terkait dengan keadaan di lapangan. Dalam melakukan teknik observasi ini, peneliti melakukan pengamatan di lokasi tempat peneliti untuk menggali dan mengumpulkan informasi serta mencatat hal-hal yang menjadi fokus permasalahan. Jenis observasi yang digunakan peneliti ialah menggunakan metode observasi non-partisipatif. Peneliti menggunakan observasi nonpartisipatif karena dalam penelitiannya peneliti tidak ikut andil dalam segala kegiatan atau kehidupan yang dilakukan oleh subyek

penelitian. Adapun data yang diperoleh dengan menggunakan teknik ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada budidaya jangkrik di Desa Panti.
- b. Untuk mengetahui proses strategi pemasaran dan pelayanan untuk menarik konsumen.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian, dengan cara terjun secara langsung ke lapangan dan bertemu dengan subyek penelitian untuk menggali informasi melalui tanya jawab sehingga nantinya mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta maupun keinginan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan pedoman wawancara terstruktur, maksudnya yaitu peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada informan. Akan tetapi, peneliti juga masih memperdalam pertanyaan yang sudah tersedia agar data yang didapat lebih jelas dan berkaitan dengan penelitian tersebut. Data yang diperoleh antara lain:

- a. Persaingan usaha budidaya jangkrik di Desa Panti.
- b. Analisis SWOT dalam daya saing usaha budidaya jangkrik di Desa Panti.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan dalam membantu penelitian dengan mengumpulkan informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian, melalui bahan tulisan seperti surat-surat, pernyataan tertulis, dan dokumen-dokumen lainnya.

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk melengkapi data yang telah didapatkan dari observasi dan wawancara yang berupa foto, catatan lapangan, dan lain-lain yang terkait dengan fokus penelitian<sup>43</sup>.

### E. Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang diperlukan dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini yaitu menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. Kemudian hasil dari data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi akan disajikan dalam bentuk kata dan kalimat. Adapun tahapan-tahapannya antara lain:

#### 1. Pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, atau gabungan dari ketiganya

---

<sup>43</sup>Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kaijaga, 2021), 67-114.

(triangulasi). Pada tahap awal penelitian melakukan penjelajah secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar. Dengan demikian, peneliti akan memperoleh data yang bervariasi.

## 2. Reduksi data

Mereduksi data artinya adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

## 3. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dalam mengolah informasi yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian di lapangan dalam bentuk teks yang bersifat naratif dan diubah menjadi uraian singkat, bagan, hubungan-hubungan antar kategori dan sebagainya yang kemudian disusun untuk menggabungkan informasi sehingga akan memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan.

## 4. Menarik kesimpulan

Dalam hal ini, peneliti berupaya untuk memberi gambaran mengenai bagaimana daya saing usaha dengan analisis SWOT sebagai dasarnya pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti.

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan agar data yang diperoleh dalam penelitian dapat menjadi data yang terpercaya dan bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah. Pemeriksaan terhadap keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi.

Triangulasi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan melakukan perbandingan terhadap data yang didapatkan. Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan melakukan perbandingan terhadap informasi yang telah didapatkan dengan sumber yang berbeda<sup>44</sup>.

## G. Tahap-Tahap Penelitian

Bagian tahap-tahap penelitian ini menguraikan proses pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, penelitian sebenarnya, dan sampai pada akhir penelitian.

Tahapan penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian pendahuluan (*pra riset*)
  - a. Menentukan judul penelitian.
  - b. Membuat matrik penelitian.
  - c. Menyusun proposal.

---

<sup>44</sup> Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (CV Syakir Media Press, 2021), 159-172.

- d. Mengurus dan menyiapkan surat perizinan penelitian lapangan.
  - e. Menyiapkan sesuatu yang dibutuhkan pada penelitian.
2. Penelitian sebenarnya (*riset*)
- a. Pengumpulan kelengkapan data yang dibutuhkan.
  - b. Menuju ke lokasi penelitian dan melaksanakan observasi wawancara serta dokumentasi.
  - c. Memilih dan memilah data yang sesuai dengan fokus penelitian.
  - d. Melakukan analisis data dengan cara yang telah ditetapkan.
  - e. Menarik kesimpulan.
3. Akhir penelitian (*pasca riset*)
- a. Konsultasi ke pembimbing.
  - b. Melakukan revisi.
  - c. Melaksanakan ujian akhir skripsi.
  - d. Melakukan penjurusan, dan lain sebagainya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Panti yang beralamat di Jalan M. Seruji No. 44, Krajan Selatan, Panti, Kec. Panti, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68153. Fokus kajian yang penulis teliti adalah mengenai Daya Saing Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Usaha Budidaya Jangkrik di Desa Panti. Untuk memperoleh pemahaman terperinci mengenai obyek penelitian, berikut penulis menggambarkan mengenai Desa Panti Kabupaten Jember. Desa Panti merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Jember. Desa Panti berada di wilayah Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. Desa yang berjarak  $\pm 17$  km sebelah barat daya ibu kota kabupaten. Berikut akan penulis uraikan secara singkat mengenai Desa Panti.

##### 1. Geografi Desa Panti

Berdasarkan data administrasi pemerintahan desa tahun 2020 memiliki luas wilayah  $\pm 65.555,8$  m<sup>2</sup> yang terdiri atas 7 dusun, 22 RW, dan 58 RT. Secara geografis desa Panti terletak pada ketinggian antara 0-1000 meter di atas permukaan laut. Curah hujan rata-rata sebesar 1,382 mm dengan jumlah hari hujan rata-rata 120 hari. Bulan basah 4-6 bulan, sedangkan bulan kering berkisar antara 6-7 bulan. Musim hujan di mulai pada bulan Oktober-November dan pada bulan April-Mei terjadi musim kemarau pada setiap tahunnya. Puncak curah hujan dicapai pada bulan Desember-Februari. Suhu udara rata-rata setiap hari berkisar 27°C, suhu



minimum 24° C, dan suhu maksimum 31°C. Dilihat dari letak geografis, Desa Suci mempunyai batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah barat : Berbatasan dengan Desa Kemuningsari Lor dan Desa Pakis
- b. Sebelah timur : Berbatasan dengan Desa Serut
- c. Sebelah utara : Berbatasan dengan Desa Suci
- d. Sebelah selatan : Berbatasan dengan Desa Glagahwero<sup>45</sup>

## 2. Demografi Desa Panti

**Tabel 4.1**  
**Jumlah KK dan Jumlah Penduduk Desa Panti Tahun 2022**

Jumlah KK	Jumlah Penduduk
425	5.608

Sumber: Dokumen Desa Panti

Berdasarkan profil desa Panti tahun 2022, desa Panti memiliki penduduk berjumlah 1236 dengan jumlah KK (Kartu Keluarga) 425. Desa Panti ini sebagian besar wilayahnya meliputi kawasan perkebunan yang dimiliki oleh pemerintah daerah dan swasta. Mata pencaharian mayoritas penduduk adalah petani padi, jagung, cabai, kubis, brokoli, dan sebagainya. Selain itu, banyak penduduk yang berprofesi sebagai pedagang dan karyawan di perusahaan-perusahaan perkebunan.<sup>46</sup>

## 3. Pendidikan Desa Panti

Kecamatan Panti memiliki beberapa sekolah dan pondok pesantren. Sekolah setingkat SMA antara lain: SMA Plus Al-Hasan, SMA Agropuro, SMA Diponegoro, SMK Al-Hasan, SMK RAudhatul Ulum,

---

<sup>45</sup> Dokumen Desa Panti.

<sup>46</sup> Dokumen Desa Panti.

MA Al-Kawtsar, MA Al-Firdaus. Sekolah setingkat SMP antara lain: SMP Negeri 1 Panti, SMP Negeri 2 Panti, SMP Argopuro 1 dan 2, MTs Al-Kawtsar, MTs Bustanul Ulum, MTs Al-Firdaus, MTs SA Miftahul Ulum, MTs Nurul Islam dan masih banyak yang lainnya. Pondok Pesantren antara lain: Pondok Pesantren Al-Hasan, PP Al-Kawtsar, PP ALFirdaus, PP Miftahul Ulum, PP Al-Fattah dan lainnya. Mayoritas penduduk Desa Panti Kecamatan Panti berpendidikan hingga jenjang pendidikan SD, SMP, dan SMA maupun alumni pondok pesantren. Penduduk yang menempuh pendidikan hingga sarjana masih sangat terbatas jumlahnya.<sup>47</sup>

#### 4. Kondisi Perekonomian Masyarakat Desa Panti

Secara umum, mata pencaharian masyarakat Desa Panti dapat teridentifikasi ke dalam beberapa sektor yaitu pertanian, industri, dan lain-lain. Berdasarkan data yang ada, masyarakat yang bekerja di sektor pertanian berjumlah 1.880 orang, yang berkerja di sektor industri kecil menengah 400 orang, dan bekerja di sektor lain-lain 1.820 orang. Dengan demikian, jumlah penduduk yang mempunyai mata pencaharian berjumlah 3.471 orang. Berikut ini adalah tabel jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian.

**Tabel 4.2**  
**Mata Pencaharian Desa Panti**

No.	Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Pertanian	2.480
2.	Sektor industri kecil	660
3.	Sektor lain	1.864
	Jumlah	5.004

Sumber: Dokumen Desa Panti

<sup>47</sup> Dokumen Desa Panti.

Dari data yang sudah tertera pada tabel, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Panti yang memiliki mata pencaharian berjumlah 5.004 orang. Dari hal tersebut, maka jumlah penduduk yang tidak memiliki mata pencaharian berjumlah sekitar 604 penduduk. Dengan melihat data diatas maka angka pengangguran di Desa Panti masih cukup tinggi.<sup>48</sup>

## 5. Pembagian Wilayah Desa

Wilayah Desa Panti terdiri dari 7 (tujuh) Dusun antara lain: Krajan, Tamengan, Darungan, Gebang Langkap, Wonolangu, dan Gebang Utara yang masing-masing dipimpin oleh seorang kepala Dusun. Posisi kasun menjadi sangat strategis seiring banyaknya pembagian tugas Desa kepada aparat ini. Dalam rangka memaksimalkan fungsi pelayanan terhadap masyarakat di Desa Panti, dari ketujuh Dusun tersebut terbagi menjadi 22 Rukun Warga (RW) dan 58 Rukun Tetangga (RT).<sup>49</sup>

## B. Penyajian Data dan Analisis

### 1. Analisis SWOT pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kec. Panti

Analisis SWOT adalah alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh suatu usaha. Dalam konteks budidaya jangkrik, analisis SWOT digunakan untuk menilai kondisi internal dan eksternal usaha budidaya jangkrik.

---

<sup>48</sup> Dokumen Desa Panti.

<sup>49</sup> Dokumen Desa Panti.

a. Kekuatan (*Strengths*)

Mengenai Analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti, penulis mewawancarai beberapa informan. Terkait dengan kekuatan (*Strenght*) yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik, Bapak Bambang berkata:

“setahu saya jangkrik yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, ditunjukkan dengan banyaknya pelanggan yang mau membeli.”<sup>50</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, hasil perawatan yang baik dapat meningkatkan kualitas jangkrik. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Bambang pelanggan akan membeli secara berulang jika mendapatkan kualitas yang mereka inginkan.

Untuk Bapak Miskandar, ketika diwawancarai mengenai kekuatan (*Strenght*) yang ada pada usaha budidaya jangkrik, beliau berpendapat:

“Dari yang saya ketahui dari segi kekuatan dari lokasi sendiri terdapat pakan alternatif yang melimpah, jadi untuk pembelian pakan yang dapat ditekan. Lalu dari segi kualitas jangkrik yang bagus, jadi penjualan selalu meningkat.”<sup>51</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, pemberian pakan yang tepat dapat menghasilkan kualitas jangkrik yang bagus. Pakan utama dalam budidaya jangkrik seperti dedak dan konsentrat, namun terdapat juga pakan alternatif seperti tumbuh-tumbuhan yang ada di sekitar rumah. Hal tersebut dapat menekan pengeluaran pembelian pakan dan kualitas jangkrik tetap terjaga.

---

<sup>50</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.

<sup>51</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

Sama halnya dengan Bapak Miskandar, saat diwawancarai mengenai kekuatan (*Strenght*) yang ada pada usaha budidaya jangkrik, Bapak Junaidi berpendapat:

Kalau untuk kekuatannya sendiri itu bisa dari lokasi peternakan yang jauh dari kebisingan, kualitas jangkrik yang dihasilkan, sumber pakan alternatif yang mudah didapatkan seperti dedaunan, dan relasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan.<sup>52</sup>

Berdasarkan dari pernyataan di atas, bahwa kekuatan dalam budidaya jangkrik di Desa Panti ialah dari segi lokasi yang menguntungkan dikarenakan jauhnya dari kebisingan yang mejadikan kondisi budidaya jangkrik yang baik dan tidak terganggu akan suara-suara yang membisingkan. Pakan alternatif yang melimpah seperti dedaunan, hal ini sangat bagus akan dapat menghemat pengeluaran biaya pembelian pakan jangkrik. Relasi yang luas dapat meningkatkan masa penjualan sehingga menaikkan jumlah pendapatan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kemudian, mengenai kelemahan (*Weakness*) yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik, Bapak Miskandar berkata:

“Kelemahan dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik yang saya rasakan itu pertumbuhan jangkrik bisa terhambat, hal itu bisa dikarenakan jangkrik yang stress atau bisa disebabkan oleh hama dan penyakit.”<sup>53</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas, dalam budidaya jangkrik memiliki kelemahan dari segi pertumbuhan, hal tersebut terjadi

---

<sup>52</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

<sup>53</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

disebabkan oleh hama dan penyakit. Pada budidaya jangkrik harus secara teratur melakukan pengawasan agar tidak terjadi keterlambatan pertumbuhan yang menjadikan terlambatnya panen.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Miskandar, saat diwawancarai mengenai kelemahan. Bapak Bambang berpendapat:

“Pada budidaya jangkrik sendiri untuk kelemahannya seperti hama dan penyakit, itu yang menyebabkan pertumbuhan jangkrik menjadi melambat dan membuat hasil panen terganggu.”<sup>54</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, hama dan penyakit menjadi salah satu pemicu lambatnya pertumbuhan jangkrik. Dengan lambatnya pertumbuhan mengakibatkan waktu panen yang semakin lama. Pengawasan yang teratur merupakan kunci utama dalam budidaya jangkrik agar dapat menanggulangi hama dan penyakit.

Untuk Bapak Junaidi, ketika diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

“Untuk kelemahan dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik yang selama ini saya rasakan itu adanya ancaman predator mas, predator itu hewan yang bisa memangsa jangkrik yang dibudidayakan seperti tikus, cicak, dan serangga-serangga liar.”<sup>55</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, selain disebabkan oleh penyakit yang dapat menjadikan keterlambatan akan segi pertumbuhan jangkrik. Terdapat juga predator yang dapat mengganggu pertumbuhan budidaya jangkrik, seperti ancaman dari tikus dan cicak yang merupakan predator alami dari jangkrik yang merupakan dalam jenis

---

<sup>54</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.

<sup>55</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

serangga. Dalam menghindari hal tersebut pembudidaya wajib memberikan alat atau pertahanan lebih pada rak/kandang agar dapat meminimalisir terjadinya serangan dari predator.

c. Peluang (*Opportunities*)

Mengenai Peluang (*Opportunities*) yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik, Bapak Bambang berkata:

“Untuk peluang budidaya jangkrik sendiri cukup bagus karena dari biaya produksi yang tergolong minim, jadi dari segi modal diuntungkan. Lalu untuk permintaan pasar yang relatif bagus, jadi dari segi penjualan sangat stabil.”<sup>56</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, budidaya jangkrik merupakan budidaya yang tergolong minim dalam pengeluaran biaya produksi, hal ini yang menjadi daya Tarik tersendiri bagi yang berkeinginan melakukan budidaya jangkrik. Dimana permintaan pasar yang selalu butuh akan pasokan jangkrik menjadikan budidaya jangkrik tidak tertalu kebigungan akan penjualannya.

Untuk Bapak Miskandar, ketika diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

“Kalau dari segi peluang dalam budidaya jangkrik seperti penjualan yang stabil dikarenakan tingginya pemelihara hewan reptil dan juga burung kicau. Penjualan yang tergolong mudah, bisa secara langsung maupun menggunakan media social.”<sup>57</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, maraknya penghobi reptil dan burung kicau menjadikan kebutuhan akan pakan pakan terutama jngkrik itu sendiri menjadi meningkat. Hal ini menimbulkan

---

<sup>56</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023

<sup>57</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023

penjualan yang bagus akan jangkrik. Dengan penjualan yang tergolong mudah menjadikan pembudidaya wajib menjadil relasi yang baik dengan pembeli ataupun pengepul agar terjadi kestabilan penjualan secara terus menerus.

Untuk Bapak Junaidi, ketika diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

Kalau untuk peluang dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik itu beragam, seperti halnya permintaan akan jangkrik yang semakin meningkat, biaya produksi yang relatif rendah, dan juga bertambahnya penggemar burung dan reptil, serta promosi melalui media sosial untuk menarik pelanggan.<sup>58</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, peluang yang dihasilkan pada usaha budidaya jangkrik sangat menjanjikan. Jangkrik sendiri menjadi komoditi yang digemari untuk dijadikan pakan hewan peliharaan seperti burung berkicau dan reptil. Dengan jangkrik sebagai pakan yang digemari bagi pemelihara hewan, maka menjadikan penjualan jangkrik stabil. Biaya produksi yang dikeluarkan dalam budidaya jangkrik yang relatif rendah. Dalam segi penjualan media sosial menjadi tempat promosi yang sangat baik karena pembudidaya tidak harus melakukan penjualan secara langsung dengan aktif hanya menggunakan media sosial untuk penjualannya.

d. Ancaman (*Threats*)

Kemudian, mengenai Ancaman (*Threats*) yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik, Bapak Miskandar berpendapat:

---

<sup>58</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.



“Kalau dari segi ancaman sendiri paling ya daari hama dan penyakit karena hal tersebut dapat menjadikan turunnya produksi jangkrik.”<sup>59</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, hama dan penyakit merupakan momok mengerikan bagi pembudidaya hewan apapun terkhusus pada budidaya jangkrik. Hal tersebut mengakibatkan kerugian bagi pembudidaya.

Senada dengan Bapak Miskandar, ketika diwawancara Bapak Bambang berpendapat:

“Untuk ancaman yang bisa dirasakan seperti hama dan penyakit, karena kalau sudah terkena hama dan penyakit dapat mengakibatkan lambatnya pertumbuhan dan turunnya produksi.”<sup>60</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, sama halnya dengan yang dialami Bapak Miskandar. Hama dan penyakit dapat menimbulkan kerugian bagi pembudidaya seperti lambatnya pertumbuhan jangkrik yang mengakibatkan turunnya produksi jangkrik.

Untuk Bapak Junaidi, ketika diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

“Untuk ancaman dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik itu seperti wabah dan penyakit yang bisa menyebabkan penurunan produksi jangkrik dan juga munculnya pesaing baru yaitu peternak jangkrik yang semakin bertambah.”<sup>61</sup>

Berdasarkan pernyataan informan di atas, dalam menjalankan suatu usaha tidak terlepas dari sebuah ancaman yang mengganggu.

Seperti pada budidaya jangkrik yang akan mengalami ancaman seperti

---

<sup>59</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

<sup>60</sup> Bambang, *wawancara*, Jember 28 Juni 2023.

<sup>61</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

wabah dan penyakit yang dapat mengakibatkan turunnya produktifitas jangkrik itu sendiri. Ancaman lainnya yang muncul berupa pesaing baru. Dalam dunia bisnis pesaing merupakan ancaman yang akan timbul terus menerus selama peluang dalam bisnis sangat menjanjikan, maka sebagai pelaku usaha hal yang harus ditekankan untuk selalu melakukan inovasi terus menerus agar usahaya dilirik oleh konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti, maka dapat diketahui seperti di bawah ini:

1) Kekuatan (*Strenght*), meliputi:

- a) Lokasi peternakan yang jauh dari kebisingan.
- b) Kualitas jangkrik yang dihasilkan.
- c) Sumber pakan alternatif yang mudah didapatkan seperti dedaunan.

d) Relasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan.

2) Kelemahan (*Weakness*), meliputi:

- a) Pertumbuhan jangkrik bisa terhambat dikarenakan jangkrik yang stress atau bisa disebabkan oleh hama dan penyakit.
- b) Adanya ancaman predator.

3) Peluang (*Opportunities*), meliputi:

- a) Permintaan akan jangkrik yang semakin meningkat.
- b) Biaya produksi yang relatif rendah.

- c) Bertambahnya penggemar burung dan reptil.
  - d) Pemanfaatan media sosial untuk menarik pelanggan.
- 4) Ancaman (*Threats*), meliputi:
- a) Wabah dan penyakit yang bisa menyebabkan penurunan produksi jangkrik.
  - b) Munculnya pesaing baru.<sup>62</sup>

**Gambar 4.1**  
**Matrik SWOT**

<b>EFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b> a. Lokasi strategis b. Kualitas jangkrik yang dihasilkan c. Sumber pakan alternatif yang mudah didapatkan d. Hubungan baik dengan pelanggan	<b>WEAKNESS (W)</b> a. Pertumbuhan jangkrik terhambat b. Ancaman predator
<b>IFAS</b>	<b>STRATEGI (SO)</b> a. Meningkatkan kualitas produksi b. Memperkuat promosi kepada relasi baru	<b>STRATEGI (WO)</b> a. Menggunakan kandang yang tertutup b. Meningkatkan mutu pakan yang berkualitas
<b>OPPORTUNITIES (O)</b> a. Permintaan jangkrik meningkat b. Biaya produksi rendah c. Bertambahnya penggemar burung dan reptil d. Pemanfaatan media sosial	<b>STRATEGI (ST)</b> a. Menjaga kebersihan kandang b. Memberikan harga diskon untuk pembelian borongan	<b>STRATEGI (WT)</b> a. Menjaga kelembapan kandang b. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan
<b>THREATS (T)</b> a. Wabah dan penyakit b. Munculnya pesaing baru		

*Sumber: data yang diolah*

<sup>62</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

Berdasarkan hasil Matrik SWOT di atas menunjukkan empat strategi sebagai berikut:

1) Strategi SO (*Strength and Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal *Strength* dan faktor eksternal *Opportunity* yang dimana dengan memanfaatkan seluruh kekuatan agar mendapatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi yang digunakan dalam budidaya jangkrik di Desa Panti yaitu:

- a) Meningkatkan kualitas produksi budidaya jangkrik
- b) Memperkuat promosi kepada relasi baru

2) Strategi ST (*Strength and Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal *Strength* dan faktor eksternal *Threats* yang dimana dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman dari luar. Strategi yang digunakan dalam budidaya jangkrik di Desa Panti yaitu:

- a) Menjaga kebersihan kandang
- b) Memberikan diskon untuk pembeli borongan

3) Strategi WO (*Weakness and Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal *Weakness* dan faktor eksternal *Opportunity* yang dimana dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengurangi kelemahan. Strategi yang digunakan dalam budidaya jangkrik di Desa Panti yaitu:

- a) Menggunakan kandang yang tertutup

b) Meningkatkan mutu pakan yang berkualitas

4) Strategi WT (*Weakness and Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal *Weakness* dan faktor eksternal *Threats* yang dimana dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengurangi ancaman dari luar dan mengurangi kelemahan. Strategi yang digunakan dalam budidaya jangkrik di Desa Panti yaitu:

a) Menjaga kelembapan kadang

b) Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan

**2. Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kec. Panti**

Budidaya jangkrik menjadi salah satu usaha yang menjanjikan di era modern ini. Permintaan akan jangkrik sebagai pakan hewan peliharaan, serta keperluan lainnya semakin meningkat. Dalam konteks ini, penting bagi para pelaku usaha budidaya jangkrik untuk memahami konsep daya saing agar dapat bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif.

Sebelum membahas mengenai daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti, penulis terlebih dahulu akan menjabarkan hasil wawancara dengan informan mengenai proses budidaya hingga modal usaha budidaya jangkrik di Desa Panti. Saat diwawancarai mengenai awal mula tertarik membudidayakan jangkrik, Bapak Junaidi berkata:

“Saya terjun dalam bisnis budidaya jangkrik selama tiga tahun terakhir. Awalnya, saya tertarik dengan peluang bisnis ini karena permintaan jangkrik sebagai pakan burung berkicau dan hewan peliharaan semakin meningkat.”<sup>63</sup>

---

<sup>63</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

Berdasarkan pernyataan di atas tersebut, tingginya kebutuhan jangkrik disebabkan dari melonjaknya kebutuhan pakan burung berkicau dan hewan peliharaan yang memiliki kebutuhan pakan yang sama. Hal ini menjadikan permintaan jangkrik yang terus meningkat.

Senada dengan pendapat Bapak Junaidi, Bapak Miskandar berkata:

Awal saya mencoba membudidayakan jangkrik, saya melihat perkembangan budidaya jangkrik yang dilakukan oleh pak Jun, tidak begitu susah untuk membudidayakannya dan bisa dijadikan sebagai usaha sampingan. Dan juga karena saya melihat permintaan jangkrik semakin menjanjikan untuk usaha sampingan.<sup>64</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa ketertarikan peternak budidaya jangkrik di Desa Panti karena melihat adanya sebuah peluang dalam usaha budidaya jangkrik, hal itu bisa dilihat dari mudahnya dalam membudidayakan jangkrik dan usaha ini dapat menjadi pendapatan sampingan yang bagus untuk kedepannya.

Dari penjelasan kedua narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa budidaya jangkrik sendiri merupakan peluang yang sangat bagus untuk kedepannya. Hal ini terjadi karena meningkatnya kebutuhan pakan hewan peliharaan yang selalu meningkat seperti pakan burung berkicau. Budidaya jangkrik dapat menjadi peluang bisnis sampingan yang menjanjikan di karenakan proses pembudidayanya yang mudah, hal ini yang menjadikan budidaya jangkrik cocok untuk menjadi usaha sampingan.

Dalam penelitian ini, maka penulis menyajikan data berdasarkan daya saing usaha yang dilihat dari beberapa indikator, antara lain:

---

<sup>64</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

a. Modal Usaha

Mengenai modal awal usaha budidaya jangkrik, Bapak Junaidi berpendapat bahwa:

Kalau untuk modal begini mas, modal awal usaha budidaya jangkrik itu bervariasi tergantung pada ukuran kandang, pakan, dan perawatan lainnya. Kalau di rinci itu dimulai dari pembuatan kandang jangkrik, biaya awal saya membuat kandang dan rak itu sekitar Rp. 900.000, itu untuk 4 rak/kandang. Kalau untuk tempat bekas telur ayam Rp. 700.000, Untuk pakannya sekitar Rp. 350.000, 1 sak. Untuk bibit jangkriknya Rp. 600.000, Jadi, totalnya Rp. 2.550.000.<sup>65</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk modal awal usaha budidaya jangkrik apabila dirinci bermula dari modal untuk membuat rak/kandang, menurut Bapak Junaidi untuk modal membuat rak/kandang berbeda-beda antara peternak satu dengan peternak lain, hal itu bisa dilihat dari ukuran besar atau kecilnya kandang. Untuk proses awal budidaya jangkrik di butuhkan 2 sampai 4 rak/kandang. Untuk tempat bekas telur ayam di sesuaikan dengan rak/kandang yang akan dibuat. Untuk pembelian bibit jangkrik dalam satu kandang dibutuhkan sekitar ½ kg bibit jangkrik. Sedangkan untuk pakan sendiri bisa menghabiskan sekitar satu sak dalam dua kali panen.

Hal itu juga diperkuat oleh Bapak Rofiq, Bapak Miskandar dan Bapak Bambang selaku peternak jangkrik lainnya. Bapak Rofiq, saat diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

---

<sup>65</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

“Modal awal saya habis sekitar Rp. 1.975.000,. kalau di rinci itu untuk 3 kandang Rp. 650.000,. Tempat bekas telur ayam Rp. 525.000,. Pakannya itu Rp. 350.000,. Bibit jangkriknya itu Rp. 450.000.”<sup>66</sup>

Untuk Bapak Miskandar, ketika diwawancarai mengenai modal awal usaha budidaya jangkriknya, beliau berpendapat:

“Modal awal menghabiskan kisaran Rp. 1.500.000,. Rinciannya yaitu 2 kandang Rp. 500.000,. Tempat bekas telur ayam Rp. 350.000,. Pakan Rp. 350.000,. dan bibit jangkriknya Rp. 300.000,.”<sup>67</sup>

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap pembudidaya memiliki kebutuhannya masing-masing. Seperti biaya yang dikeluarkan oleh Bapak Rofik dimana beliau dalam kebutuhan awal budidaya membutuhkan 3 rak/kandang dalam budidaya, sedangkan Bapak Miskandar membutuhkan 2 rak/kandang dalam budidaya. Pada kebutuhan seperti tempat bekas telur ayam, pakan jangkrik, dan bibit jangkrik dalam jumlah biaya yang dikeluarkan akan mengikuti jumlah rak/kandang yang tersedia.

Untuk Bapak Bambang, ketika diwawancarai mengenai modal

awal usaha budidaya jangkriknya, beliau berkata:

“Untuk modal awal itu saya menghabiskan sekitar Rp. 1.500.000,. Kalau di rinci itu untuk 2 kandang Rp. 500.000,. Tempat bekas telur ayam Rp. 350.000,. Pakan Rp. 350.000,. Untuk bibit jangkriknya itu Rp. 300.000,.”<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Rofiq, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2023.

<sup>67</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

<sup>68</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.



**Gambar 4.2**  
**Biaya Usaha Budidaya Jangkrik**

Modal Bahan	Bapak Junaidi	Bapak Ropik	Bapak Miskandar	Bapak Bambang
Kandang	Rp. 900.000,.	Rp. 650.000,.	Rp. 500.000,.	Rp. 500.000,.
Tempat Telur	Rp. 700.000,.	Rp. 525.000,.	Rp. 350.000,.	Rp. 350.000,.
Pakan	Rp. 350.000,.	Rp. 350.000,.	Rp. 350.000,.	Rp. 350.000,.
Bibit	Rp. 600.000,.	Rp. 300.000,.	Rp. 300.000,.	Rp. 300.000,.
Total	Rp. 2.550.000,.	Rp. 1.975.000	Rp. 1.500.000,.	Rp. 1.500.000,.

*Sumber: data yang diolah*

Berdasarkan pernyataan dari beberapa informan di atas, modal awal usaha budidaya jangkrik, dapat diketahui bahwasanya modal awal untuk usaha budidaya jangkrik melibatkan biaya-biaya yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha tersebut. Modal awal merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh segala hal yang dibutuhkan sebelum usaha benar-benar berjalan. Berikut adalah beberapa komponen modal awal yang perlu diperhatikan dalam usaha budidaya jangkrik:

- 1) Tempat dan peralatan: Pembuatan kandang dan pembelian tempat bekas telur ayam untuk wadah jangkrik.
- 2) Bibit jangkrik: Biaya untuk membeli jangkrik dewasa (induk) dan biaya untuk membeli telur atau nimfa jangkrik.
- 3) Pakan dan nutrisi: Biaya pakan jangkrik dan nutrisi tambahan/vitamin (jika diperlukan).
- 4) Biaya operasional: Biaya listrik untuk penerangan.

Dari hasil wawancara dan analisis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa modal awal usaha budidaya jangkrik di Desa

Panti beragam atau bervariasi tergantung dengan pengeluaran masing-masing peternak. Apabila modal awal yang dikeluarkan cukup besar, maka pengembalian modal yang didapat akan lebih besar, pun sebaliknya.

Setelah mengetahui modal usaha, maka yang selanjutnya adalah mengenai proses pembudidayaan jangkrik dari awal pembibitan hingga masa panen. Untuk hal tersebut, saat diwawancarai, Bapak Miskandar berkata:

Tahap awal dalam budidaya jangkrik itu mempersiapkan kandang dan membeli bibit jangkrik. Setelah itu, pembibitan dan perawatan. Pada tahap pembibitan, jangkrik butuh perawatan dan pakan yang tepat. Saya memberikan makanan berupa konsentrat dan sayur-sayuran atau dedaunan. Untuk kebersihan kandang harus diperhatikan dan saya selalu ganti pakan secara teratur untuk menghindari penyebaran penyakit pada jangkrik. Kemudian dilanjutkan masa panen. Untuk masa panen jangkrik itu sekitar 2 hingga 3 minggu.<sup>69</sup>

Mengenai perputaran dana pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti, saat diwawancarai, Bapak Junaidi berpendapat:

Kalau untuk perputaran dana berarti itu dimulai dari modal awal yang saya keluarkan mas. Modal awal itu saya habis sekitar 1 jutaan. Kemudian untuk balik modal itu sekitar 5 bulanan atau 5 kali panen. Untuk perputaran dana yang saya terapkan agar dapat keuntungan yang maksimal itu saya mengelola pengeluaran dengan cermat dan mengurangi pemborosan. Saya selalu mencari pakan jangkrik yang berkualitas dengan harga terjangkau dan membeli dalam jumlah besar untuk mendapatkan diskon dari supplier. Selain itu, saya juga selalu memantau harga jual jangkrik di pasar untuk menyesuaikan harga jual jangkrik.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

<sup>70</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, dalam hal perputaran dana dalam usaha budidaya jangkrik di Desa Panti dimulai dari modal awal usaha yang peternak jangkrik keluarkan. Untuk modal awal itu bervariasi antara peternak yang satu dengan yang lain. Oleh karena itu, balik modalnya juga berbeda. Mengenai pengembalian modal biasanya dibutuhkan sekitar 5 bulanan atau 5 kali panen. Untuk memaksimalkan perputaran dana, hal yang bisa diterapkan adalah mengelola pengeluaran dengan cermat dan sebisa mungkin untuk mengurangi pemborosan.

Berbeda halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh Bapak Junaidi, saat diwawancarai mengenai perputaran dana, Bapak Rofiq berpendapat:

Awal saya membudidaya jangkrik, perputaran dananya itu dari modal awal sampai balik modal itu sekitar 6 bulanan dek dikarenakan selama pembudidayaan kekurangan dana seperti membeli pakan secukupnya dan berimbas ke balik modal yang agak lama.<sup>71</sup>

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, bahwa untuk perputaran dana yang dialaminya lebih lama dari Bapak Junaidi, pengembalian dana dari modal awal sampai balik modal itu berkisar 6 bulanan. Hal itu dikarenakan selama proses pembudidayaan, Bapak Rofiq kekurangan dana dalam hal membeli dan menyetok pakan.

Berdasarkan dari kedua pendapat informan tersebut, maka dapat diketahui perputaran dana pada usaha budidaya jangkrik ini sangat

---

<sup>71</sup> Rofiq, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2023.

ditentukan oleh modal awal usaha dan dana yang dikeluarkan setelahnya.

b. Inovasi

Inovasi dalam pengembangan usaha budidaya jangkrik merupakan langkah maju untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, kualitas, dan nilai tambah dari produk budidaya jangkrik. Mengenai inovasi pengembangan produk, Bapak Junaidi berpendapat:

Untuk inovasi usaha budidaya jangkrik menurut saya itu lebih ke pengembangan jangkriknya, saya berfokus pada pengembangan pakan khusus yang mengandung nutrisi yang tepat dan memenuhi kebutuhan gizi jangkrik. Pakan fungsional ini dapat membantu meningkatkan tingkat reproduksi, pertumbuhan, dan kesehatan jangkrik, sehingga meningkatkan produktivitas budidaya.<sup>72</sup>

Untuk Bapak Miskandar, ketika diwawancarai mengenai inovasi pada usaha budidaya jangkrik, beliau berkata:

“Kalau untuk inovasi itu intinya saya hanya fokus pada kualitas jangkrik yang dihasilkan, dengan cara menjaga kebersihan kandang dan memberikan pakan yang berkualitas.”<sup>73</sup>

Sama halnya dengan Bapak Rofiq, saat diwawancarai beliau berkata:

“Dalam hal inovasi, saya hanya ingin menghasilkan jangkrik yang kualitasnya baik sehingga nantinya usaha budidaya jangkrik ini bisa berkembang melalui produk yang dihasilkan.”<sup>74</sup>

Berdasarkan pernyataan dari ketiga informan tersebut, bahwa inovasi dalam pengembangan produk usaha budidaya jangkrik memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas jangkrik. Bahwa

---

<sup>72</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

<sup>73</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

<sup>74</sup> Rofiq, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2023.

dalam budidaya jangkrik kualitas merupakan hal mendasar yang harus dikedepankan agar memiliki hasil panen yang maksimal. Penentuan kualitas jangkrik dapat dipicu dari berbagai macam hal. Seperti pakan yang memiliki nutrisi tinggi agar kebutuhan gizi pada jangkrik terpenuhi, menjaga kebersihan kandang, menjaga kelembaban suhu, dan pemberian pakan yang selalu dijaga kebersihannya. Hal tersebut dapat membantu meningkatkan tingkat reproduksi, pertumbuhan, dan kesehatan jangkrik, sehingga meningkatkan produktivitas budidaya jangkrik itu sendiri.

c. Pengembangan Usaha

Terkait dengan pengembangan usaha, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai respon pasar terhadap jangkrik, ketika diwawancarai Bapak Miskandar berpendapat:

“Dari awal membudidaya hingga saat ini permintaan pasar akan jangkrik itu selalu stabil dalam artian tidak meningkat dan tidak menurun.”<sup>75</sup>

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, dengan kebutuhan jangkrik yang selalu meningkat, hal tersebut dapat menjadi keuntungan bagi pembudidaya jangkrik itu sendiri. Di mana dengan penjualan yang stabil dapat menjadikan nilai tersendiri bagi pembudidaya jangkrik.

---

<sup>75</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

Berbeda halnya dengan yang dialami oleh Bapak Junaidi, saat diwawancarai mengenai respon pasar terhadap penjualan jangkrik, beliau berpendapat:

“Terkait hal itu, dari mulai pertama saya membudidaya jangkrik sampai sekitar 5 kali masa panen itu permintaan akan jangkrik ini semakin meningkat, karena saya berfokus untuk menjalin relasi agar usaha budidaya jangkrik ini semakin berkembang.”<sup>76</sup>

Berdasarkan dari pernyataan kedua informan tersebut, bahwa penjualan yang terjadi pada budidaya jangkrik selalu stabil dan memiliki pasarnya tersendiri. Hal ini tercipta dari kebutuhan pakan akan hewan peliharaan seperti burung kicau, reptil, dan ikan predator yang membutuhkan pakan setiap harinya. Dengan adanya kebutuhan yang tinggi akan pakan hewan peliharaan, maka penjualan jangkrik akan selalu stabil bahkan bisa juga meningkat.

Mengenai pemanfaatan media sosial, ketika diwawancarai Bapak Bambang berkata:

“Kalau untuk pemasaran, saya memasarkan jangkrik hanya kepada pengepul. Karena saya kurang paham mengenai pemasaran secara *online*.”<sup>77</sup>

Untuk Bapak Junaidi, saat diwawancarai mengenai pemanfaatan medias sosial, beliau berpendapat:

Kalau untuk pemasaran, saya juga memanfaatkan media sosial untuk menambah relasi dan konsumen seperti halnya Whatsapp dan Facebook. Jadi, saya tidak hanya berfokus pada penjualan *offline* kepada pengepul ataupun konsumen-konsumen kecil, tetapi saya juga melakukan promosi dari media sosial.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

<sup>77</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.

<sup>78</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

Berdasarkan pernyataan kedua informan tersebut, bahwa terdapat perbedaan cara pemasaran yang dilakukan oleh kedua informan. Seperti halnya pemasaran yang dilakukan oleh Bapak Bambang beliau menekankan penjualan secara langsung kepada pembeli atau pengepul hal ini terjadi karena kurang pahami akan cara penjualan secara *online*. Berbanding terbalik dengan yang dilakukan oleh Bapak Junaidi di mana beliau secara aktif melakukan penjualan secara langsung maupun menggunakan media sosial. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan secara luas agar tidak hanya terpaku pada satu metode penjualan saja

Dalam hal cara menarik konsumen, ketika diwawancarai Bapak Junaidi berpendapat:

Untuk menarik minat konsumen, Pertama-tama, saya fokus pada kualitas dan kebersihan produk. Jangkrik yang saya jual harus sehat, terawat, dan bebas dari penyakit. Selain itu, wadah atau tempat penyimpanan jangkrik juga harus selalu bersih dan rapi. Hubungan jangka panjang dengan konsumen juga tidak kalah penting. Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada setiap pelanggan, baik yang datang langsung ke toko maupun yang melakukan pembelian *online*.<sup>79</sup>

Pengembangan usaha merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam suatu usaha untuk tetap mempertahankan keberlanjutan usaha. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, dalam usaha budidaya jangkrik di Desa Panti, peternak atau pemilik usaha dalam hal evaluasi pengembangan usaha menerapkan beberapa strategi diantaranya berani berinvestasi pada modal awal

---

<sup>79</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

yang dikeluarkan, memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan dan konsumen, memperluas relasi dan jaringan, serta melakukan promosi.

d. Strategi Pemasaran

Terkait dengan strategi pemasaran, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai pasar sasaran budidaya jangkrik, Bapak Junaidi selaku peternak jangkrik berpendapat bahwa:

Saya melihat peluang yang cukup besar untuk pasar budidaya jangkrik. Saat ini, semakin banyak orang yang tertarik untuk memelihara hewan peliharaan terutama reptil dan burung kicau. Permintaan akan pakan berupa jangkrik juga semakin meningkat. Saya menetapkan pasar sasaran itu tidak hanya menjual ke pengepul, tetapi saya juga memasarkannya kepada konsumen-konsumen kecil. Saya percaya selama saya dapat menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik, saya yakin usaha budidaya ini akan terus berkembang.<sup>80</sup>

Berbeda halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh Bapak Junaidi, Bapak Bambang beliau berkata:

“Kalau untuk pasar sasaran saya itu langsung menjual ke pengepul jangkrik dek.”<sup>81</sup>

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, bahwa meningkatnya jumlah kebutuhan jangkrik pada penggunaan pakan hewan peliharaan menjadikan budidaya jangkrik memiliki peluang cukup besar. Segmentasi pasar yang cukup luas membuat penjualan terbilang cukup mudah. Di mana pola penjualan yang dapat dilakukan secara

---

<sup>80</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

<sup>81</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.



pasif maupun masif dan juga secara langsung maupun *online*. Dengan begitu pembudidaya jangkrik dimudahkan dari segi penjualan.

Dalam strategi penentuan pasar antara produk, harga, tempat, atau promosi. Ketika diwawancarai, Bapak Bambang berpendapat:

“Saya tidak terlalu paham mengenai hal itu, tetapi kalau untuk harga saya mengikuti harga di pasaran.”<sup>82</sup>

Untuk Bapak Rofiq, saat diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berkata:

“Kalau untuk strategi saya menerapkan dari segi harga, dalam pemasaran saya menjual sesuai dengan kualitas jangkrik yang saya budidayakan.”<sup>83</sup>

Untuk Bapak Miskandar saat diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berkata:

“Dalam hal penjualan saya mengikuti harga pasaran saja, untuk strategi saya hanya fokus pada perawatan jangkrik, sehingga nantinya bisa menghasilkan jangkrik yang berkualitas.”<sup>84</sup>

Berdasarkan pernyataan ketiga informan tersebut, penentuan strategi pemasaran dimana pengutamakan kualitas jangkrik menjadi poin penting dalam strategi pemasaran. Kualitas jangkrik yang bagus menjadikan nilai tambah bagi peternak agar dilirik kembali oleh pengepul maupun pembeli secara langsung. Dari segi harga hampir keseluruhan peternak menggunakan harga yang ditetapkan oleh pasar.

Untuk Bapak Junaidi, saat diwawancarai mengenai hal tersebut, beliau berpendapat:

---

<sup>82</sup> Bambang, *wawancara*, Jember, 28 Juni 2023.

<sup>83</sup> Rofiq, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2023.

<sup>84</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

Kalau menurut saya keempat strategi penentuan pasar itu saling berhubungan. Jadi, saya menerapkan dari strategi produk, harga, tempat, atau promosi. Untuk produk, saya berusaha untuk selalu memberikan kualitas jangkrik terbaik dalam segi kesehatan, nutrisi. Untuk mencapai itu, saya memberikan makanan yang berkualitas tinggi. Harga juga menjadi salah satu hal penting saya memastikan bahwa harga jangkrik sesuai dengan kualitasnya, sehingga pelanggan merasa mendapatkan nilai yang baik dari pembelian mereka. Penentuan harga juga mempertimbangkan biaya produksi, pemeliharaan, dan keuntungan. Tempat juga berperan penting. Saya berusaha untuk menempatkan kandang jangkrik di lokasi yang tepat, yakni area yang terhindar dari polusi. Selain itu, saya juga menjual jangkrik melalui toko hewan peliharaan, dan platform online, sehingga dapat mencapai pelanggan di berbagai daerah. Promosi pun memiliki peranan penting dalam strategi ini, karena dengan dilakukannya promosi akan meningkatkan penjualan.<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, strategi pemasaran yang diterapkan pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti diawali dengan menetapkan pasar sasaran dan menetapkan strategi penentuan pasar yang meliputi:

1) *Product/Produk*: Untuk produk, pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti berusaha untuk selalu memberikan kualitas jangkrik

terbaik dalam segi kesehatan, nutrisi. Untuk mencapai itu, dengan cara memberikan makanan yang berkualitas tinggi.

2) *Price/Harga*: Harga juga menjadi salah satu hal penting, pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti selalu memastikan bahwa harga jangkrik sesuai dengan kualitasnya, sehingga pelanggan merasa mendapatkan nilai yang baik dari pembelian mereka.

---

<sup>85</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

Penentuan harga juga mempertimbangkan biaya produksi, pemeliharaan, dan keuntungan.

- 3) *Place*/Tempat: Tempat juga berperan penting. Pemilik usaha budidaya jangkrik berusaha untuk menempatkan kandang jangkrik di lokasi yang tepat, yakni area yang terhindar dari polusi. Selain itu, pemilik usaha juga menjual jangkrik melalui toko hewan peliharaan, dan platform online, sehingga dapat mencapai pelanggan di berbagai daerah.
- 4) *Promotion*/Promosi: Promosi pun memiliki peranan penting dalam strategi pemasaran, karena dengan dilakukannya promosi akan meningkatkan penjualan.

Dari uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam strategi pemasaran usaha budidaya jangkrik di Desa Panti dimulai dari penentuan pasar sasaran dan melaksanakan strategi pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.

Berdasarkan informasi yang didapat dari hasil wawancara dengan informan mengenai strategi penentuan pasar antara produk, harga, tempat, atau promosi. Para informan memiliki perbedaan dalam hal memilih strategi antara 4 indikator tersebut. Dikarenakan beberapa informan kurang terbuka akan teknologi dan informasi yang ada.

Dari hasil observasi yang dilakukan penulis, bahwa di Desa Panti peminat untuk membudidayakan jangkrik semakin bertambah. Hingga saat ini peternak jangkrik di Desa Panti sekitar 10 penduduk yang

memulai usaha ini.<sup>86</sup> Saat diwawancarai mengenai peternak jangkrik yang semakin bertambah dan tentunya nantinya akan ada persaingan usaha, Bapak Rofiq berpendapat bahwa:

Kalau untuk hal itu tentunya wajar jika peternak jangkrik semakin bertambah setiap tahunnya karena permintaan akan jangkrik juga semakin meningkat, mengingat budidaya jangkrik ini bisa dijadikan sebagai usaha sampingan yang cukup menguntungkan.<sup>87</sup>

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, bahwa usaha budidaya jangkrik merupakan hal yang menarik untuk ditekuni, karena permintaan yang semakin meningkat. Dalam budidaya jangkrik sendiri dimana pola perawatannya yang cukup mudah menjadikan budidaya jangkrik bagus sebagai usaha sampingan dimana dari segi penjualan selalu stabil.

Bapak Junaidi juga menanggapi akan hal tersebut, beliau berkata:

Saya melihat usaha budidaya jangkrik ini cukup menjanjikan, tidak heran jika peminatnya bertambah. Tetapi, hal ini juga berarti ada persaingan yang semakin ketat di pasar, dan setiap peternak harus berusaha keras untuk mempertahankan pasar mereka. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, saya selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk saya. Kualitas yang baik akan membuat pelanggan saya kembali dan merekomendasikan produk saya kepada orang lain. Saya selalu memastikan bahwa jangkrik yang saya produksi sehat, bebas dari penyakit, dan nutrisinya terjaga dengan baik.<sup>88</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Miskandar, beliau berpendapat:

Kalau untuk menghadapi persaingan yang ketat begini mas, saya berusaha untuk fokus pada kualitas produk dan pelayanan. Saya

---

<sup>86</sup> Observasi, Jember, 20 Juni 2023.

<sup>87</sup> Rofiq, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2023.

<sup>88</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023.

selalu memastikan jangkrik yang saya jual adalah yang terbaik dan memiliki nutrisi yang baik. Selain itu, saya memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada pelanggan. Saya percaya bahwa dengan memberikan produk berkualitas dan pelayanan yang baik, pelanggan akan kembali dan merekomendasikan usaha saya ini kepada orang lain.<sup>89</sup>

Dari beberapa pernyataan informan tersebut, maka dapat diketahui bahwa penambahan peternak jangkrik merupakan hal yang wajar. Akan tetapi, hal itu menandakan bahwa adanya persaingan usaha antar peternak jangkrik. Untuk menghadapi adanya persaingan usaha, maka peternak jangkrik dituntut untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis mengenai modal usaha, inovasi, pengembangan usaha, dan strategi pemasaran pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti, maka dapat diketahui seperti di bawah ini:

- 1) Modal usaha meliputi:
  - a) Biaya produksi rendah.
  - b) Balik modal lebih cepat.
- 2) Inovasi meliputi:
  - a) Kualitas pakan jangkrik yang bergizi tinggi.
  - b) Kebersihan kandang.
  - c) Jangkrik yang berkualitas.
- 3) Pengembangan usaha meliputi:
  - a) Meningkatkan relasi penjualan.

---

<sup>89</sup> Miskandar, *wawancara*, Jember, 3 Juli 2023.

- b) Meningkatkan jumlah panen.
  - c) Melakukan promosi.
- 4) Strategi pemasaran:
- a) Segmentasi pasar yang luas.
  - b) Penjualan dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*.
  - c) Harga sesuai kualitas.

**Gambar 4.3**  
**Matrik Daya Saing Usaha**

Daya Saing Usaha			
Modal Usaha	Inovasi	Pengembangan Usaha	Strategi Pemasaran
a) Biaya produksi rendah. b) Balik modal lebih cepat.	a) Kualitas pakan jangkrik yang bergizi tinggi. b) Kebersihan kandang. c) Jangkrik yang berkualitas.	a) Meningkatkan relasi penjualan. b) Meningkatkan jumlah panen. c) Melakukan promosi.	a) Segmentasi pasar yang luas. b) Penjualan dapat dilakukan secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> . c) Harga sesuai kualitas.

*Sumber: data yang diolah*

Berdasarkan hasil Matrik Daya Saing Usaha di atas dimana dapat dijelaskan bahwa, kekuatan daya saing dari modal usaha, inovasi, pengembangan, dan strategi pemasaran memiliki pengaruh yang baik.

Seperti pada modal usaha yang menunjukkan biaya produksi rendah dan biaya balik modal yang cepat, dari kedua hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam budidaya jangkrik memiliki keunggulan dalam segi modal; Pertama biaya produksi rendah dari hal tersebut pembudidaya tidak perlu menyiapkan atau mengeluarkan modal yang berlebih dengan begitu

pembudidaya sedikit terbantu pada segi modal yang rendah, Kedua balik modal lebih cepat dari hal tersebut pembudidaya akan merasa diuntungkan dengan balik modal yang cepat agar hasil keuntungan dapat digunakan hal lainnya. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa budidaya jangkrik di Desa Panti mempunyai daya saing usaha yang baik dan produktif.

### **C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan dari hasil penelitian melalui metode wawancara dan pengamatan secara langsung (observasi) yang telah dianalisis dengan menyesuaikan antara kajian teori dengan fenomena yang ada di lapangan, maka dapat dijelaskan lebih lanjut sesuai dengan sistematika uraian pembahasan temuan-temuan peneliti. Berdasarkan pada perumusan pokok masalah dan kesesuaian dengan lokasi objektif yang ada di lapangan.

Oleh karena itu, dalam masalah tersebut difokuskan 2 hal yaitu bagaimana daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti?, dan bagaimana analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti?. Berikut adalah hasil pembahasan yang dikaitkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan topik pembahasan.

#### **1. Analisis SWOT Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kec. Panti**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis, analisis SWOT pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti meliputi kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Oppoertunities*), dan ancaman (*Threats*).

**Gambar 4.4**  
**Gambar Analisis SWOT**

	<b>STRENGTH (S)</b> a. Lokasi strategis b. Kualitas jangkrik yang dihasilkan c. Sumber pakan alternatif yang mudah didapatkan d. Hubungan baik dengan pelanggan	<b>WEAKNESS (W)</b> a. Pertumbuhan jangkrik terhambat b. Ancaman predator
	<b>OPPORTUNITIES (O)</b> a. Permintaan jangkrik meningkat b. Biaya produksi rendah c. Bertambahnya penggemar burung dan reptil d. Pemanfaatan media sosial	<b>STRATEGI (SO)</b> a. Meningkatkan kualitas produksi b. Memperkuat promosi kepada relasi baru
<b>THREATS (T)</b> a. Wabah dan penyakit b. Munculnya pesaing baru	<b>STRATEGI (ST)</b> a. Menjaga kebersihan kandang b. Memberikan harga diskon untuk pembelian borongan	<b>STRATEGI (WT)</b> a. Menjaga kelembapan kandang b. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan

*Sumber: data yang diolah*

Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) internal suatu perusahaan dengan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Irham Fahmi, menyebutkan bahwa Analisis SWOT merupakan sarana bantu bagi perencana strategi untuk mengimplementasikan strategi-strategi yang telah ditentukan guna



mencapai sebuah tujuan.<sup>90</sup> Adapun unsur-unsur analisis SWOT sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan (*Strength*) ialah situasi internal yang berupa kompetensi atau sumber daya yang dimiliki oleh pemilik usaha yang kemudian dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani ancaman.<sup>91</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan di lapangan bahwa kekuatan yang ada pada usaha budidaya jangkrik berupa lokasi peternakan yang jauh dari kebisingan, kualitas jangkrik yang dihasilkan, sumber pakan alternatif yang mudah didapatkan, dan relasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan.<sup>92</sup>

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) ialah situasi internal yang dimana kompetensi atau sumber daya yang dimiliki sulit untuk digunakan dan tidak bisa menangani ancaman. Kelemahan dalam analisis SWOT merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya

---

<sup>90</sup> Ayu Afsari dan Eva Rachmawati, "Tinjauan Tentang Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Café)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan* 2 (2019), 110-111.

<sup>91</sup> I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 9, No. 2 (2017), 399.

<sup>92</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.<sup>93</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan di lapangan bahwa kelemahan yang ada pada usaha budidaya jangkrik yaitu pertumbuhan jangkrik terhambat dan adanya ancaman dari predator.<sup>94</sup>

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) ialah situasi eksternal yang berpotensi untuk menguntungkan. Contoh, suatu usaha memiliki sumber daya manusia yang memadai. Peluang dalam analisis SWOT merupakan situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok.<sup>95</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan penelitian bahwa peluang yang ada pada usaha budidaya jangkrik yaitu permintaan jangkrik semakin meningkat, biaya produksi yang rendah, bertambahnya penggemar burung dan reptil dan pemanfaatan media sosial.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup> Mashuri dan Dwi Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)", *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1 (2020).

<sup>94</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

<sup>95</sup> Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, Bambang Sutikno "Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik", *Jurnal EMA-Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, (2018).

<sup>96</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) ialah situasi eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Misal, adanya pesaing-pesaing usaha yang baru. Ancaman dalam analisis SWOT merupakan situasi penting yang dianggap tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.<sup>97</sup>

Apabila di kaitkan dengan temuan penelitian bahwa terdapat kesamaan antara kajian teori dengan temuan penelitian dalam hal ancaman yang terdapat pada usaha budidaya jangkrik yaitu adanya wabah penyakit dan munculnya pesaing-pesaing baru.<sup>98</sup>

Berdasarkan analisa SWOT yang telah penulis sajikan di penyajian data dengan menggunakan Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) usaha budidaya jangkrik di Desa Panti dapat diketahui untuk faktor internal meliputi kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*) Kemudian, untuk faktor eksternal meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*).

**2. Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kec. Panti**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis, daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti meliputi modal usaha, inovasi, pengembangan usaha, dan strategi pemasaran.<sup>99</sup>

---

<sup>97</sup> Silvia Rahmawati dan Sutantri, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri", *Jurnal At-Tamwil*, Vol. 1, No. 1 (2019), 95.

<sup>98</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

<sup>99</sup> Observasi, Jember, 2 Juli 2023.

**Gambar 4.5**  
**Gambaran Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti**

Daya Saing Usaha			
Modal Usaha	Inovasi	Pengembangan Usaha	Strategi Pemasaran
a) Biaya produksi rendah. b) Balik modal lebih cepat.	a) Kualitas pakan jangkrik yang bergizi tinggi. b) Kebersihan kandang. c) Jangkrik yang berkualitas.	a) Meningkatkan relasi penjualan. b) Meningkatkan jumlah panen. c) Melakukan promosi.	a) Segmentasi pasar yang luas. b) Penjualan dapat dilakukan secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> . c) Harga sesuai kualitas.

*Sumber: data yang diolah*

Secara umum, daya saing usaha merujuk pada kemampuan pemilik usaha untuk bersaing dan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Daya saing adalah faktor yang membedakan antara keberhasilan dan kegagalan suatu usaha. Usaha yang memiliki daya saing yang kuat cenderung lebih mampu bertahan dan tumbuh di tengah persaingan bisnis yang ketat. Daya saing tidak hanya mencakup kemampuan untuk bertahan hidup di tengah persaingan, tetapi juga untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan atas pesaing lainnya.

Jika dikaitkan dengan temuan di lapangan dalam hal ini bahwa daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti meliputi 4 (empat) indikator, diantaranya:

a. Modal usaha

Modal usaha merupakan salah satu indikator penting yang dapat mendukung berjalannya suatu usaha. Dalam sebuah usaha salah satu

persoalan mendasar yang selalu dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu permodalan. Artinya dana yang dipergunakan untuk berjualan merupakan jalan untuk berlangsungnya sebuah usaha. Tidak dapat dipungkiri, bahwasanya setiap usaha atau perusahaan membutuhkan dana atau biaya untuk menjalankan usahanya. Tentunya, hal tersebut dapat menjadi sebuah persoalan yang dihadapi oleh semua pengusaha, dikarenakan untuk memulai suatu usaha dibutuhkan sejumlah uang (modal awal). Modal awal tersebut yang kemudian digunakan untuk membeli seluruh kebutuhan seperti misalnya membeli bahan baku, yang kemudian dari bahan baku tersebut perusahaan atau pemilik usaha dapat menghasilkan sejumlah output yang kemudian dapat dijual untuk mendapat sejumlah uang pengembalian modal beserta keuntungan.<sup>100</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan di lapangan bahwa modal awal usaha menjadi faktor yang penting dalam keberlangsungan usaha budidaya jangkrik. Sesuai dengan penyajian data yang telah penulis sajikan dapat diketahui bahwasanya modal awal pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti bervariasi atau beragam sesuai dengan kemampuan modal yang dimiliki pemilik usaha. Apabila modal awal yang dikeluarkan cukup besar untuk memenuhi kebutuhan awal usaha,

---

<sup>100</sup> Mitha Christina Ginting, "Peranan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas", *Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No. 2 (2018), 189.

maka pengembalian modal atau keuntungan akan lebih besar, begitupun sebaliknya.<sup>101</sup>

**Gambar 4.6**  
**Data Omset Budidaya Jangkrik di Desa Panti<sup>102</sup>**

Tahun	Rata-Rata Omset Perbulan
2020	Rp. 1.000.000,.
2021	Rp. 1.300.000,.
2022	Rp. 1.350.000,.
2023	Rp. 1.400.000,.

*Sumber: data yang diolah*

b. Inovasi

Inovasi produk adalah keseluruhan proses yang dimulai dari ide baru, penemuan baru, dan pengembangan dari suatu pasar baru yang saling mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Jenis-jenis inovasi produk ada 2 (dua) yaitu inovasi produk baru dan inovasi pengembangan produk.<sup>103</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan peneliti di lapangan bahwa usaha budidaya jangkrik di Desa Panti menerapkan jenis inovasi produk berupa pengembangan produk. Bahwasanya dalam hal pengembangan produk, pemilik usaha budidaya jangkrik berfokus pada kualitas jangkrik yang dihasilkan. Untuk mewujudkan hal itu bisa dilakukan dengan cara menjaga kebersihan kandang, membeli bibit jangkrik yang unggul, serta memberikan pakan yang berkualitas.<sup>104</sup>

<sup>101</sup> Observasi, Jember, 21 Juni 2023.

<sup>102</sup> Junaidi, *wawancara*, Jember, 21 Juni 2023

<sup>103</sup> Miftakhul Amin, Sudarwati, Siti Maryam, "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran di sentra Industri Mebel Desa Sembungan", *Edunomika* Vol. 3, No. 2 (Agustus 2019), 502.

<sup>104</sup> Observasi, Jember, 20 Juni 2023.

c. Pengembangan usaha

Dalam pengembangan usaha, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan misalnya teliti dalam menentukan target pasar, menjalin komunikasi dengan orang lain, berani berinvestasi, fokus dalam usaha, promosi, pemasaran dan mempertimbangkan untuk mengembangkan bisnis. Ada beberapa strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan usaha antara lain membangun brand yang menarik, membuat konten marketing yang menarik, menciptakan inovasi secara berkala, memanfaatkan media sosial dengan tepat, melakukan riset kompetitor, memperluas jaringan bisnis, memperbanyak promo, dan melakukan evaluasi.<sup>105</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan peneliti di lapangan bahwa pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti dalam hal pengembangan usaha menerapkan beberapa langkah atau strategi seperti yang tertuang dalam kajian teori. Adapun langkah-langkah atau strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pemilik usaha budidaya jangkrik yaitu berani berinvestasi untuk modal awal usaha, memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan, memperluas jaringan atau relasi, dan melakukan promosi.<sup>106</sup>

---

<sup>105</sup> Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang”, *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol. 10, No. 2 (2012), 79-80.

<sup>106</sup> Observasi, Jember, 20 Juni 2023.

d. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan mengenai dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk. Dalam merumuskan strategi pemasaran, ada 3 (tiga) komponen yang perlu diketahui antara lain strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar.<sup>107</sup>

Apabila dikaitkan dengan temuan di lapangan bahwa dalam strategi pemasaran usaha budidaya jangkrik di Desa Panti menerapkan 2 (dua) komponen yaitu strategi penentuan pasar sasaran dan penentuan posisi pasar. Diawali dari penentuan pasar, yaitu menetapkan pasar sasaran, adapun pasar sasaran dalam usaha ini ialah pengepul, konsumen-konsumen kecil, dan toko pakan hewan. Kemudian, untuk penentuan posisi pasar yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi, masing-masing pemilik usaha berbeda dalam hal penentuan posisi pasar. Ada pemilik usaha budidaya jangkrik yang menerapkan 4 (empat) faktor penentuan posisi pasar tersebut, kemudian ada juga yang hanya fokus pada 1 (satu) faktor saja seperti pada kualitas produk.<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 29, No. 1 (2015), 60-61.

<sup>108</sup> Observasi, Jember, 20 Juni 2023.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Analisis SWOT adalah hal yang penting dalam mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha budidaya jangkrik. Adapun unsur-unsur analisis SWOT pada usaha budidaya jangkrik di Desa Panti antara lain:
  - a. Kekuatan (*Strenght*), meliputi lokasi peternakan yang jauh dari kebisingan, kualitas jangkrik yang dihasilkan, sumber pakan alternatif yang mudah didapat, dan relasi atau hubungan yang baik dengan pelanggan.
  - b. Kelemahan (*Weakness*), meliputi pertumbuhan jangkrik terhambat dan adanya ancaman dari predator.
  - c. Peluang (*Opportunities*), meliputi permintaan jangkrik yang semakin meningkat, biaya produksi rendah, bertambahnya penggemar burung dan reptil, dan pemanfaat media sosial.
  - d. Ancaman (*Threats*), meliputi adanya wabah penyakit dan munculnya pesaing-pesaing baru.
2. Usaha budidaya jangkrik di Desa Panti memiliki potensi yang menjanjikan karena permintaan pasar yang tinggi. Adapun indikator daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti meliputi:
  - a. Modal usaha, modal awal usaha menjadi faktor yang penting dalam keberlangsungan usaha budidaya jangkrik. Apabila modal awal yang

dikeluarkan cukup besar untuk memenuhi kebutuhan awal usaha, maka pengembalian modal atau keuntungan akan lebih besar, begitupun sebaliknya.

- b. Inovasi, usaha budidaya jangkrik di Desa Panti menerapkan jenis inovasi produk berupa pengembangan produk yang berfokus pada kualitas jangkrik yang dihasilkan.
- c. Pengembangan usaha, meliputi berani berinvestasi untuk modal awal usaha, memanfaatkan media sosial untuk menarik pelanggan, memperluas jaringan atau relasi, dan melakukan promosi.
- d. Strategi pemasaran, diantaranya penetapan pasar sasaran dan penentuan posisi pasar yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang sudah penulis uraikan, maka selanjutnya penulis akan mengemukakan beberapa saran, yang diantaranya:

### **1. Bagi pemilik usaha budidaya jangkrik di Desa Panti**

- a. Jalin kemitraan dengan took hewan peliharaan, peternak hewan, atau pemilik took makanan organik untuk memperluas distribusi produk.
- b. Pastikan adanya pengetahuan yang memadai tentang kesehatan jangkrik dan cara mengatasi masalah umum yang mungkin terjadi.
- c. Melakukan pemantauan dengan kaitan iklim, hama, dan penyakit agar permasalahan pertumbuhan jangkrik bisa ditanggulangi.

- d. Membuat jebakan disekitar kandang agar jangkrik tidak terganggu oleh predator yang mengancam.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dalam penelitiannya bisa lebih memperdalam lagi pembahasan serta mempelajari dengan benar mengenai persaingan usaha agar mendapat pengetahuan yang lebih luas lagi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuhri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Syakir Media Press.
- Abubakar, Rifa'i. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kaijaga.
- Afsari, Ayu. dan Rachmawati, Eva. 2019. "Tinjauan Tentang Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan (Studi Kasus Pada King Café)". *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan* 2:
- Al Ubaid Faruq, Edi Mulyanto. 2017. *Sejarah Teori-Teori Ekonomi*. Banten: UNPAM PRESS.
- Amin, Miftakhul. Sudarwati dan Maryam, Siti. 2019. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran di sentra Industri Mebel Desa Sembungan". *Edunomika* 3:
- Andriyanto, Irsad. 2018. "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce". *BISNIS* 2
- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azis, Muhammad et.al. 2021. "Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran: Studi Kasus Pada Bisnis Kuliner". *Seminar Nasional Hasil Penelitian*:
- Depatemen Agama RI, *Alquran dan Terjemah* (Bandung: CV Diponegoro, 2010). 41
- Ginting, Christina Mitha. 2018. "Peranan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas", *Jurnal Manajemen* 4:
- Hasil Penelitian Alwendi. 2020. "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha", *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Hasil Penelitian Mashuri, Dwi Nurjannah. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru)". *Jurnal Perbankan Syariah*.
- Hasil Penelitian Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, Bambang Sutikno. 2018. "Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk PT. Karunia Sentosa Plastik". *Jurnal EMA-Ekonomi Manajemen Akuntansi*.
- Irawan, Dandan. 2020. "Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha". *Jurnal Ilmiah Manajemen* 2:

- Istiqomah dan Andriyanto, Irsad. 2017. "Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis". Bisnis 2:.
- Jaweng Na Endi Robert. 2020. Daya Saing Berkelanjutan Studi Peningkatan di 356 Kabupaten. Jakarta.
- Mashuri dan Nurjannah, Dwi. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing". Jurnal Perbankan Syariah 1:
- Mayang, Anissa dan Ratnawati, Shinta. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)". Jurnal Ilmu Manajemen 2:
- Meliala, Suranta Andi, Matondang, Nazaruddin dan Sari, M Rahmi. 2014. "Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen". Jurnal Optimasi Sistem Industri 2:
- Nyoman, Gusti I. 2017. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang". Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 9:
- Rahmawati, Silvia dan Sutantri. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri". *Jurnal At-Tamwil* vol. 1, no. 1 (2019):
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Romadhon, Aji Bagas, Musriha dan KN, Bramastyo RM. 2021. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Properti PT. Sentra Bumi Nirwana di Sidoarjo". Bhenckmark 2:
- Safri, Hendra. 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.
- Skripsi Feni Indah Nurlita. 2020. "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus Pada Kerajinan Home Industry di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga).
- Skripsi Haryati. 2019. "Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Parepare".
- Skripsi Khusniatul Mazidun Nikmah. 2019. "Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam".

- Skripsi Mely Permatasari. 2020. “Analisis SWOT Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur”.
- Skripsi Muhammad Andika. 2020. “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.
- Skripsi Munawaroh Tuddohiyah. 2018. “Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Minyak Kelapa Indonesia”.
- Skripsi Neneng Dwi Cahyati. 2021. “Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam (Studi Pada UMKM Tahu Di Desa Bangun Rejo Kabupaten Lampung Tengah)”.
- Sunaryo dan Rusdarti. 2017. “Analisis SWOT Untuk Menetapkan Strategi Bersaing Pada PT. Tarindo”. Economics D Wardhani, Susi Rulyanti dan Agustina, Yulia. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang”. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 10:.
- Wibowo, Hendika Dimas. Arifin, Zainul dan Sunarti. 2015. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis* 29: 59-66. *velopment Analysis Journal* 1:
- Winarti, Euis. Purnomo, D. dan Akhmad, Jaenudin. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur”. *Jurnal Lentera Bisnis* 2:.
- Wowor, M.E Bomantara. Kindangen, Paulus dan Poondag, Jessy. 2020. “Analisis Daya Saing Produk Pada Usaha Kecil Menengah The Mango Manado”. *Jurnal EMBA* 4:

## 1. Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Daya Saing Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Budidaya Jangkrik Di Desa Panti Kabupaten Jember	1. Daya Saing Usaha  2. SWOT	1. Daya Saing Usaha  2. SWOT	a. Modal kerja b. Inovasi produk c. Network/relasi d. Pengembangan usaha e. Strategi pemasaran  a. Strength b. Weakness c. Opportunity d. Threat	Informan: a. Pengepul/tengkulak jangkrik b. Peternak jangkrik c. Konsumen d. Masyarakat	a. Pendekatan penelitian: Kualitatif b. Jenis penelitian: <i>Field Research</i> c. Subyek penelitian: Teknik <i>Purposive</i> d. Lokasi penelitian: Desa Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. e. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi f. Teknik analisis data: Deskriptif g. Teknik keabsahan data: Triangulasi sumber	1. Bagaimana Daya Saing Usaha Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember?  2. Bagaimana Analisis SWOT Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember?

## 2. Pernyataan Keaslian Tulisan

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **RAMA ADI PUTRA**

NIM : E20182253

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Dusun Wonolangu Desa Panti Kec. Panti Kab. Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Daya Saing Usaha Dengan Analisis Swot Pada Budidaya Jangkrik Di Desa Panti”**. Benar-benar hasil karya tulis saya kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila ada kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 12 September 2023



**RAMA ADI PUTRA**  
E20182253



### 3. Pedoman Penelitian

#### PEDOMAN WAWANCARA

##### A. Pertanyaan

##### 1. Fokus: Bagaimana daya saing usaha pada budidaya jangkrik di Desa Panti?

- a. Berapa modal usaha dari awal pembibitan, proses pembudidayaan, hingga proses panen dalam usaha budidaya jangkrik?
- b. Berapa lama reproduksi jangkrik dari awal pembibitan sampai masa panen?
- c. Bagaimana perputaran dana dalam usaha budidaya jangkrik?
- d. Jika ada peternak jangkrik yang semakin bertambah, bagaimana cara bapak menghadapinya?
- e. Bagaimana persaingan usaha antar peternak jangkrik?
- f. Bagaimana respon pasar terhadap jangkrik saat ini? Apakah dari awal membudidaya sampai saat ini permintaan pasar selalu stabil, mengalami peningkatan atau penurunan?
- g. Dalam sekali panen, permintaan pasar akan jangkrik bisa tembus berapa?
- h. Dalam usaha ini, untuk sasaran pasarnya siapa saja?
- i. Bagaimana cara bapak menarik konsumen?
- j. Dalam strategi penentuan pasar antara produk, harga, tempat, atau promosi, bapak memanfaatkan strategi yang mana?
- k. Dalam strategi pemasaran, apa bapak memanfaatkan media sosial?
- l. Bagaimana cara bapak mempertahankan usaha budidaya jangkrik di tengah masyarakat yang ingin mencoba usaha ini?

##### 2. Fokus: Bagaimana analisis SWOT pada budidaya jangkrik di Desa Panti?

- a. Apa yang menjadi kekuatan dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik?
- b. Apa yang menjadi kelemahan dalam menjalankan usaha budidaya jangkrik?
- c. Apa yang menjadi peluang dalam usaha budidaya jangkrik?
- d. Apa yang menjadi ancaman dalam usaha budidaya jangkrik?

#### 4. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1246 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2023  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

15 Juni 2023

Kepada Yth.  
Kepala Desa Panti  
Jl. M. Seruji No. 44, Krajan Selatan, Panti  
Kec. Panti, Kab. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Rama Adi Putra  
NIM : E20182253  
Semester : X (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Daya Saing Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Budidaya Jangkrik di Desa Panti Kabupaten Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Nurul Widyawati Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu

## 5. Surat Selesai Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER  
KECAMATAN PANTI  
DESA PANTI**

*Jl.Moch.Seruji No;44 Panti Jember ☒ 68.153*

**SURAT KETERANGAN**

**Nomor : 470/ 636 /35.09.14.2003/ 2023**

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Lengkap : **RAMA ADIPUTRA**  
NIM : E20182253  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Semester : XI (sebelas)  
Alamat : Dusun Wonolangu RT 002 / RW 022  
Desa Panti Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

Telah selesai melaksanakan Penelitian tentang “Daya saing usaha dengan analisis swot pada budidaya jangkrik di Desa Panti “

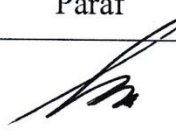
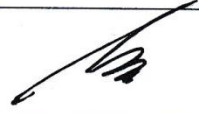






Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Panti, 20 Juli 2023  
An. **KEPALA DESA PANTI**  
Sekretaris Desa  
  
**PARIS S, S.AP**



## 6. Jurnal Kegiatan Penelitian

### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN PADA BUDIDAYA JANGKRIK DI DESA PANTI

No	Tanggal	Kegiatan Penelitian	Paraf
1	15 Juni 2023	Menyerahkan surat izin penelitian dan Mini Proposal	
2	20 Juni 2023	Diterimanya surat ijin penelitian di Desa Panti	
3	20 Juni 2023	Melakukan wawancara menanyakan tentang profil Desa Panti	
4	21 Juni 2023	Melakukan wawancara kepada Bapak Junaidi selaku Pembudidaya Jangkrik	
5	26 Juni 2023	Melakukan wawancara kepada Bapak Rofiq selaku Pembudidaya Jangkrik	
6	28 Juni 2023	Melakukan wawancara kepada Bapak Bambang selaku Pembudidaya Jangkrik	
7	3 Juli 2023	Melakukan wawancara kepada Bapak Miskandar selaku Pembudidaya Jangkrik	
8	11 September 2023	Penelitian selesai dan meminta surat keterangan selesai penelitian	

Jember, 12 September 2023

Kepala Desa Panti

  
*Sarasu*

## 7. Dokumentasi Penelitian



Wawancara dengan Bapak Miskandar selaku Pembudidaya Jangkrik (Tanggal 3 Juli 2023)



Wawancara dengan Bapak Rofik selaku Pembudidaya Jangkrik (Tanggal 21 Juni 2023)



Wawancara dengan Bapak Junaidi Selaku  
Pembudidaya Jangkrik (Tanggal 21 Juni 2023)



Wawancara dengan Bapak Bambang Selaku  
Pembudidaya Jangkrik (Tanggal 28 Juni 2023)

## 8. Surat Keterangan Turnitin



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



### SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-12.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/09/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Rama Adi Putra  
NIM : E20182253  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Daya Saing Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Budidaya Jangkrik Di Desa Panti

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 11 September 2023

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syaiful Mulyadi

## 9. Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

---

### SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :


Nama : Rama Adi Putra

NIM : E20182253

Semester : XI

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 14 April 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
**M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I**  
NIP. 197608122008011015



## 10. Biodata Penulis

### BIODATA PENULIS



Nama : Rama Adi Putra  
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 03 Februari 1999  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Dusun Wonolangu 002/022  
Agama : Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah  
Nomor Telepon / HP : 082143180589  
E-mail : ramaadiputra224@gmail.com

#### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Miftahul Ulum Serut (2012)
2. SMP Diponegoro (2015)
3. SMA Diponegoro (2018)
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2023)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER