

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG BALADO TANTI DI KOTA PADANG

SKRIPSI

OLEH

**WULAN SEKAR DHINI
NIM. 1810222024**

Pembimbing I : Dr. Rini Hakimi, S.P., M.Si

Pembimbing II : Ir. Syahyana Raesi, M.Sc



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERIPIK PISANG BALADO TANTI DI KOTA PADANG

Abstrak

Usaha Keripik Pisang Balado Tanti telah berdiri sejak tahun 2017, namun belum mampu menguasai pasar di Kota Padang akibat lokasi yang kurang strategis, meningkatnya persaingan, dan berbagai kendala lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal mempengaruhi usaha Keripik Pisang Balado Tanti dan merumuskan strategi pengembangan yang akan diterapkan oleh usaha Keripik Pisang Balado Tanti. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif dengan alat analisis berupa IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha Keripik Pisang Balado Tanti memiliki kekuatan yaitu brand yang cukup terkenal di Kota Padang. Kelemahan dalam usaha ini yaitu lokasi *outlet* yang kurang strategis. Peluang usaha muncul dari tren dan gaya hidup masyarakat yang suka membeli oleh-oleh. Ancamannya yaitu persaingan kompetitor dengan usaha sejenis dan legalitas usaha yang belum maksimal. Dari matriks SWOT didapatkan 4 strategi. Strategi pertama yaitu meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital dalam pemasaran. Strategi kedua yaitu memperbaiki pengelolaan keuangan, perencanaan produksi dan lokasi usaha yang lebih layak. Strategi ketiga yaitu menambah lokasi usaha yang lebih strategis. Strategi keempat yaitu melakukan modernisasi secara bertahap dengan mengganti mesin manual dengan teknologi yang lebih maju.

Kata kunci: EFE, IFE, Keripik Pisang Balado, SWOT, QSPM

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF TANTI BALADO BANANA CHIPS IN PADANG CITY

Abstract

Tanti Balado Banana Chips business has been established since 2017. However the business has not been able to expand the market in Padang City due to its less strategic location, increased competitors, and other obstacles. This study aims to identify external and internal factors influencing the Tanti Balado Banana Chips business and to formulate development strategies at Tanti Balado Banana Chips business. The study used a case study method. The data were analysed by qualitative and quantitative method using IFE, EFE, SWOT and QSPM matrix. The results showed that the strengthness of Tanti Balado Banana Chips business was as a well-known brand in Padang City. The weakness was that the outlet is not in strategic location. The opportunities were trends and lifestyles of people who like to buy souvenirs. The threats were competition with competitors and business legality that is not optimal yet. From the SWOT matrix, 4 strategies were obtained. The first strategy is increasing sales by utilizing social media and digital platforms in marketing. The second strategy is iimproving financial management, production planning and more suitable business locations. The third strategy is adding more strategic business locations. The fourth strategy is replacing manual machinesinto more advanced technology.

Keywords: Balado Banana Chips, EFE, IFE, SWOT, QSPM

