

## STRATEGI PENGEMBANGAN SAMBAL PECEL “SPECIAL” BU SUYATIN DI KELURAHAN NGADIREJO KECAMATAN KEPANJENKIDUL KOTA BLITAR

Jazilatun Nur Rosidah<sup>1</sup> Rima Dewi Oryza Sativa<sup>2</sup> Eko Wahyu Budiman<sup>3</sup> Jeka  
Widiatmanta<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Balitar, Blitar

<sup>4</sup>Program Studi Agroteknologi, Universitas Islam Balitar, Blitar

Submitted: 06-07-2025 | Revisions: 25-07-2025 | Published: 03-08 -2025

DOI : 10.32764/sigmagri.v5i1.1544

### ABSTRACT

*The purpose of the research is to find out how the right alternative strategy for Bu Suyatin's chili pecel business. The analysis method used is the SWOT analysis method with validity and reliability tests. Based on the research the results the strengths of this business are affordable prices, no preservatives, halal and PIRT certificates, diverse packaging, strategic location, easy to find ingredients, products have benefits. Weaknesses are less active in social media, manual equipment, less variants, less attractive packaging, less human resources, easily damaged products. Opportunities that exist can be enjoyed by all groups, open market opportunities, able to compete, support from the government, consumer confidence in products, high demand. Threats in the form of natural disasters, seasonal influences on raw material harvests, PIRT policies, emerging rivals, power outages, quality standardization, consumers are getting bored. The recommended alternative development strategy is the S-O strategy, namely maintaining product quality while maintaining affordable prices, utilizing consumer confidence in quality and existing flavor variants.*

*Keyword : Development Strategy, Sambal Pecel, SWOT Analysis*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi alternatif yang tepat untuk usaha sambal pecel Bu Suyatin. Metode analisis yang di gunakan adalah metode analisa SWOT dengan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan penelitian hasil yang di dapat adalah Kekuatan dari usaha ini adalah harga terjangkau, tanpa pengawet, memiliki sertifikat halal dan PIRT, kemasan beragam, lokasi strategis, bahan pembuatan mudah di temui, produk memiliki manfaat. Kelemahan yang dimiliki kurang aktif dalam media sosial, peralatan manual, kurang varian, kemasan kurang menarik, sdm kurang, produk mudah rusak. Peluang yang ada dapat dinikmati semua kalangan, peluang pasar terbuka, mampu bersaing, dukungan dari pemerintah, keyakinan konsumen pada produk, permintaan tinggi. Ancaman berupa bencana alam, pengaruh musim pada panen bahan baku, kebijakan PIRT, muncul saingan, pemadaman listrik, standardisasi mutu, konsumen mulai bosan. Strategi pengembangan alternatif yang di rekomendasikan adalah strategi S-O yaitu mempertahankan kualitas produk dengan tetap menjaga harga yang terjangkau, memanfaatkan keyakinan konsumen akan kualitas dan varian rasa yang sudah ada.

**Kata Kunci :** Strategi Pengembangan, Sambal Pecel, Analisis SWOT

### How to Cite:

Hariri, R. (2025). Strategi Pengembangan Sambal Pecel “SPECIAL” Bu Suyatin Di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar. *Sigmagri*, 5(1),218-225. 10.32764/sigmagri.v5i1.1544

\*Penulis Koresponden:

Email: jazilatunrosidah@gmail.com



## PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pengembangan UMKM lokal dalam mendukung perekonomian daerah. Mengembangkan perekonomian daerah sesuai dengan potensi yang dimilikinya merupakan peluang besar bagi pemerintahan daerah. Dengan menjadikan agroindustri sebagai model penggerak perekonomian melalui pemberdayaan masyarakat, sebaiknya fokus pada sistem padat karya yang memanfaatkan sumber daya lokal, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya modal. Selain itu, penting untuk menciptakan identitas atau ciri khas daerah dengan mengoptimalkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh wilayah tersebut (Susilowati et al., 2024).

Pecel sendiri merupakan salah satu makanan tradisional khas Jawa Tengah dan Jawa Timur (Damayanti et al., 2022). Di Jawa Timur, Kota Blitar dikenal sebagai salah satu daerah penghasil sambal pecel yang potensial. Sambal pecel khas Blitar memiliki keunikan tersendiri, seperti rasa manis yang khas, daya tahan yang lama (hingga 3 bulan), serta dapat dinikmati bersama berbagai jenis makanan. Hal ini menjadikan sambal pecel Blitar memiliki daya tarik dan nilai lebih dibandingkan produk sejenis (Hartatik et al., 2021).

Salah satu daerah penghasil sambal pecel kemasan adalah Industri rumah sambal pecel Bu Suyatin Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar. Sambal pecel juga merupakan industri yang memiliki prospek tinggi di Kota Blitar terutama di Kecamatan Kepanjenkidul sambal pecel menempati posisi teratas pada sektor industri pangan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
*Sumber Data Perindag Daerah Kota Blitar*

		Industri Komoditi Andalan							
Kecamatan		Kendang	Bubutan Kayu	Sambal Pecel	Wajik Kletik	Tempe dan Tahu	Olahan Belimbing	Batik	Kendang
010	Sukorejo	-	1	13	-	176	4	33	30
020	Kepanjenkidul	294	14	10	3	5	1	39	2
030	Sananwetan	1	1	6	3	8	1	14	22
	Kota Blitar	295	16	29	6	189	6	86	54

*Sumber : Data Perindag Daerah Kota Blitar 2020*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dimiliki usaha sambal pecel Bu Suyatin, serta

merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Responden terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen. Analisis data dilakukan dengan analisis SWOT, dan instrumen diuji dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Wilayah dan Usaha**

Kelurahan Ngadirejo merupakan wilayah strategis yang mendukung perkembangan UMKM, termasuk usaha sambal pecel Bu Suyatin yang berdiri sejak tahun 2012. Usaha ini memiliki tiga varian tingkat kepedasan dan dikelola oleh lima orang karyawan dengan visi menjaga kualitas produk dan memberikan kontribusi sosial.

### **Karakteristik Responden**

Sebanyak 30 responden dikaji untuk mendapatkan gambaran pasar. Mayoritas berusia 20–30 tahun (73%), perempuan (87%), dan memiliki pendidikan perguruan tinggi (53%). Sebagian besar bekerja sebagai karyawan (40%) dan berpenghasilan lebih dari Rp2.000.000 (57%), dengan frekuensi pembelian rata-rata kurang dari satu kali per minggu.

### **Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Uji validitas menunjukkan seluruh item kuisisioner memiliki nilai korelasi signifikan ( $r$ -hitung >  $r$ -tabel).

**Tabel 2**

Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Probabilitas (Sig.)</b>	<b>Person Correlation</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kekuatan X1</b>			
X1.1	0.001	0.562	Valid
X1.2	0.001	0.559	Valid
X1.3	0.000	0.682	Valid
X1.4	0.000	0.733	Valid
X1.5	0.001	0.593	Valid
X1.6	0.000	0.766	Valid
X1.7	0.001	0.558	Valid
X1.8	0.001	0.592	Valid
X1.9	0.000	0.779	Valid

<b>Kelemahan X2</b>			
X2.1	0.003	0.530	Valid
X2.2	0.000	0.716	Valid
X2.3	0.003	0.539	Valid
X2.4	0.000	0.785	Valid
X2.5	0.001	0.579	Valid
X2.6	0.003	0.529	Valid
<b>Peluang X3</b>			
X3.1	0.007	0.479	Valid
X3.2	0.000	0.719	Valid
X3.3	0.000	0.738	Valid
X3.4	0.000	0.756	Valid
X3.5	0.000	0.598	Valid
X3.6	0.001	0.569	Valid
X3.7	0.009	0.470	Valid
<b>Ancaman X4</b>			
X4.1	0.009	0.469	Valid
X4.2	0.000	0.697	Valid
X4.3	0.028	0.402	Valid
X4.4	0.000	0.727	Valid
X4.5	0.000	0.655	Valid
X4.6	0.000	0.637	Valid
X4.7	0.000	0.759	Valid

Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,772 untuk faktor internal dan 0,737 untuk faktor eksternal, yang menunjukkan instrumen reliabel.

#### **Analisis SWOT**

Kekuatan (S): Harga terjangkau, produk tidak menggunakan pengawet, bersertifikat halal dan PIRT, produk berkualitas, lokasi strategis, berbagai varian dan memiliki manfaat, beragam ukuran kemasan, bahan baku mudah ditemukan. Kelemahan (W): Kurang aktif di media sosial, peralatan manual, sedikit varian rasa, desain kemasan kurang menarik, tenaga kerja terbatas, produk mudah basi.

Peluang (O): Pasar terbuka luas, produk dikenal masyarakat, bisa dinikmati semua kalangan, permintaan tinggi, mampu bersaing di pasar, keyakinan konsumen tinggi, dukungan pemerintah. Ancaman (T): Ketergantungan pada musim, bencana alam, potensi munculnya pesaing, standardisasi mutu, perubahan regulasi, pemadaman listrik, dan perubahan selera konsumen.

Berdasarkan matriks SWOT di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi SO, Strategi dibuat dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang sebesar-besarnya

- a. Mempertahankan kualitas produk sambil menjaga harga tetap terjangkau.
  - b. Memanfaatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan varian rasa produk.
  - c. Mengoptimalkan sertifikasi halal dan PIRT sebagai nilai tambah promosi.
  - d. Menyediakan beragam ukuran kemasan untuk menjangkau konsumen individu maupun pelaku usaha.
2. Strategi ST, Strategi ini dibuat dengan tujuan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman pada usaha
- a. Menjaga dan meningkatkan mutu produk sebagai respons terhadap persaingan pasar.
  - b. Menyiapkan pemasok alternatif bahan baku untuk mengurangi risiko keterlambatan pasokan.
  - c. Mengikuti perkembangan regulasi agar kepatuhan legalitas usaha tetap terjaga.
3. Strategi WO, Strategi ini digunakan untuk memanfaatkan peluang demi meminimalisir kekurangan
- a. Memperluas promosi melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook guna meningkatkan jangkauan pasar.
  - b. Menambah tenaga kerja untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat.
  - c. Meluncurkan varian baru melalui inovasi bahan baku (kacang dan cabai) untuk memperluas segmen pasar.
  - d. Mendesain ulang kemasan agar lebih menarik dan relevan dengan tren konsumen.
4. Strategi WT, Strategi ini dibuat untuk meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman yang ada
- a. Menjaga kelangsungan produksi meskipun terjadi pemadaman listrik dengan mengandalkan proses manual.
  - b. Menjaga kualitas, melakukan inovasi berkelanjutan, dan mengoptimalkan promosi agar tetap kompetitif di tengah pasar yang dinamis.

**Tabel 3**  
 Nilai skor pada evaluasi faktor internal melalui matriks IFAS

No	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
1	Harga sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin terjangkau	0.09	4	0.36
2	Sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin tidak menggunakan pengawet	0.06	4	0.24
3	Produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin bersertifikat halal dan PIRT	0.09	4	0.35
4	Sudah ada berbagai ukuran kemasan dari besar sampai kecil	0.09	4	0.35
5	Produk yang dihasilkan berkualitas	0.06	3.5	0.21
6	Lokasi produksi yang strategis dan mudah dijangkau	0.09	4	0.36
7	Sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin memiliki varian rasa yang menarik	0.06	3.5	0.21
8	Bahan pembuatan sambal pecel mudah ditemui	0.06	3	0.18
9	Produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin memiliki banyak manfaat	0.06	3	0.18
	<b>Jumlah</b>	<b>0.65</b>		<b>2.43</b>
	<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1	Kurangnya promosi pada media sosial	0.06	3	0.18
2	Peralatan masih manual atau sederhana	0.06	2	0.12
3	Masih sedikit varian rasa pada produk sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin	0.06	2	0.12
4	Desain kemasan sambal pecel "SPECIAL" Bu Suyatin kurang menarik	0.06	2.5	0.15
5	Kurangnya tenaga kerja dalam produksi	0.06	2	0.12
6	Produk mudah hancur/basi	0.06	2	0.12
	<b>Jumlah</b>	<b>0.35</b>		<b>0.79</b>
	<b>Total IFAS</b>			<b>1.64</b>

Berdasarkan tabel perhitungan di atas bobot rating dan juga skor matriks IFAS didapatkan jumlah skor total bobot dengan skor kekuatan 2,43 dan skor kelemahan 0,79 sebesar 1,64 yang menjadikan skor kekuatan lebih besar daripada skor kelemahan. Hasil tersebut menandakan bahwa kekuatan mampu bertahan dengan baik dalam menghadapi kelemahan.

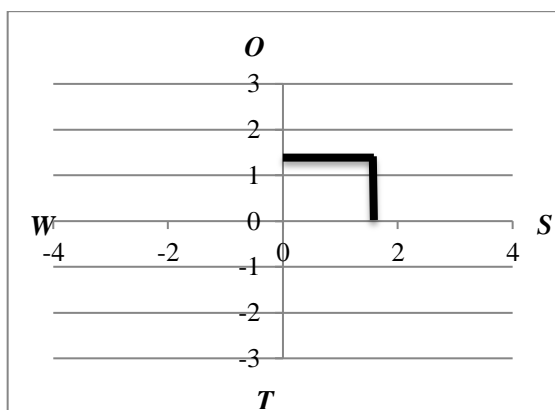
**Tabel 4**  
 Nilai skor pada evaluasi faktor internal melalui matriks EFAS

No	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
1	Produk dapat dinikmati semua kalangan	0.06	4	0.24
2	Peluang pasar masih terbuka	0.09	4	0.36
3	Produk sudah banyak yang tahu	0.06	3	0.18
4	Mampu bersaing di pasar	0.09	4	0.36
5	Mendapat dukungan dari pemerintah	0.06	4	0.24
6	Keyakinan konsumen terhadap kualitas produk	0.09	4	0.36

7	Permintaan pasar masih tinggi	0.09	3.5	0.32
	<b>Jumlah</b>	<b>0.54</b>		<b>2.40</b>
	<b>Ancaman (Threats)</b>			
1	Terjadinya bencana alam (banjir, tanah longsor, dan bencana alam lain)	0.07	3	0.21
2	Pengaruh musim atau masa tanam terhadap bahan produksi	0.06	2.5	0.15
3	Muncul produk baru yang lebih unggul	0.06	2	0.12
4	Kebijakan pemerintah tentang perpanjangan PIRT	0.06	2	0.12
5	Listrik padam ketika proses produksi sambal pecel	0.09	2.5	0.23
6	Adanya standardisasi mutu	0.06	2	0.12
7	Konsumen mulai bosan dengan varian rasa	0.06	2	0.12
	<b>Jumlah</b>	<b>0.46</b>		<b>1.07</b>
	<b>Total EFAS</b>			<b>1.33</b>

Berdasarkan tabel perhitungan bobot rating dan juga skor matriks EFAS didapatkan jumlah skor total dengan skor peluang 2,40 dan skor ancaman 1,07 sebesar 1,33 yang menjadikan skor peluang lebih besar daripada skor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa strategi usaha efektif dalam memanfaatkan peluang dan meminimumkan ancaman eksternal.

#### Pemetaan Posisi Usaha



**Gambar 1**  
 Pemetaan Posisi Usaha

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui usaha sambal pecel Bu Suyatin berada pada posisi di antara sumbu Opportunity dan Strength yaitu di kuadran 1 dengan titik IFAS 1,64 dan EFAS 1,33. Artinya Bu Suyatin disarankan untuk melakukan strategi progresif dengan memanfaatkan kekuatan (strength) internal usaha untuk mendapatkan banyak keuntungan dari peluang (opportunity) eksternal untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis.

## **SIMPULAN**

Sambal pecel “SPECIAL” Bu Suyatin yang diproduksi di Ngadirejo, Blitar sejak 2012 memiliki potensi pengembangan yang kuat berkat kualitas produk yang baik, harga terjangkau, variasi kemasan, sertifikasi, serta lokasi strategis. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang usaha ini lebih besar dibandingkan kelemahan dan ancaman, dengan kelemahan utama berupa kurangnya promosi, desain kemasan yang kurang menarik, serta daya tahan produk yang terbatas, sementara peluang didukung oleh permintaan pasar yang tinggi, kepercayaan konsumen, dan dukungan pemerintah. Hasil analisis IFAS dan EFAS menegaskan bahwa usaha ini mampu mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang secara efektif. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah strategi Strength-Opportunity (SO), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal melalui peningkatan kualitas dan stabilitas harga, promosi berbasis kepercayaan konsumen, serta diversifikasi kemasan sesuai kebutuhan pasar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aliyah, A. H., 2022. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Candrianto. 2021. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: Penerbit Literasi Nusantara Malang.
- Damayanti D. S., S. Jannah, Margianto, B. Budiya. 2022. Peningkatan Usaha Sambel Pecel di Kelurahan Kedungkandang Kota Malang. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2023, 4(1), 86-93.
- Diana F. L. 2023. Strategi Peningkatan Usaha UMKM Sambel Pecel “Bu Minten” dalam Menghadapi Persaingan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. Ponorogo. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Badan Pusat Statistik Kota Blitar. 2020. *Industri Komoditi Andalan per Kecamatan*. <https://blitarkota.bps.go.id>. [Maret 2021].
- Budio S. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata* 2, no. 2 hal-58.
- Fakhri R. A. 2021. Pengaruh Keadilan Organisasi, Pengembangan Karir dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus Pada PT. Pertamina Training and Consulting). Jakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Fatmawati F. 2024. Analisis Usaha Pengemasan Sambal Pecel “Pecels Pride” di Desa Tegalsari Kabupaten Banyuwangi. Jember. Politeknik Negeri Jember.



- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Handayani W. P.P., V. W. T. Prasetyo. 2021. Analisis Manajemen dan Strategi Usaha Sambal Pecel (Studi Kasus Kelompok Usaha Sambal Pecel Dasa Wisma Delima dan Larasati Madiun). Surabaya: Widya Warta, Vol. 2 (2021): No. 02 Tahun XLV/Juli 2021.
- Haryani D. 2022. Implementasi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Terhadap Pengembangan Usaha Anyaman Rumbai di Desa Sidang Mas Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. Jurnal Ilmiah Administrasi Dan Sosial, 17(2), 76-88.