

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN OLAHAN  
BERBAHAN DASAR TEPUNG LABU KUNING  
DI KOTA BANDAR LAMPUNG  
(Studi Kasus di *Home Industry B.Co* Bandar Lampung)**

**(Skripsi)**

Oleh

***Ravina Indraswari Herdani Putri***  
NPM 1714231007



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN OLAHAN BERBAHAN DASAR TEPUNG LABU KUNING DI KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi Kasus : *Home Industry B.Co Bandar Lampung*)**

**Oleh**

**RAVINA INDRASWARI HERDANI PUTRI**

Diversifikasi labu kuning merupakan salah satu upaya untuk penganekaragaman pangan, karena kandungan zat gizi yang cukup tinggi dan lengkap. *Home Industry B.Co* merupakan salah satu produsen yang memanfaatkan tepung labu kuning menjadi produk pangan olahan berupa *cake*. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co Bandar Lampung*; 2) merumuskan strategi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co Bandar Lampung*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Tahapan analisis SWOT adalah 1) identifikasi faktor internal dan eksternal; 2) penentuan matriks IFE dan EFE; 3) penentuan matriks posisi; dan 4) diagram matriks SWOT. Hasil menunjukkan bahwa dari faktor internal, kekuatan terbesar yaitu bahan baku labu kuning yang tersedia; dan kandungan gizi dan manfaat dari labu kuning yang banyak sedangkan kelemahan terbesar yang dimiliki yaitu belum memiliki merek dagang yang besar. Peluang utamanya yaitu media promosi melalui *online* atau sosial media yang semakin mudah sedangkan ancaman terbesarnya adalah perubahan selera konsumen yang dapat berubah-ubah berpengaruh terhadap pembelian produk. Berdasarkan hasil penelitian menurut

ahli pati/ peneliti/ akademisi, penjual, dan pembeli menunjukkan bahwa alternatif strategi pengembangan yang tepat adalah strategi S-O *Strength* (kekuatan)-*Opportunity* (peluang). Strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan menghasilkan empat rekomendasi strategi terbaik diantaranya: 1) ketersediaan labu kuning yang cukup; 2) teknologi proses pengolahan semakin mudah; 3) pentingnya perizinan P-IRT dan BPOM; dan 4) harga yang terjangkau dan jenis produk yang bervariasi.

Kata kunci : Analisis SWOT, *Home Industry* B.Co, strategi pengembangan, produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning.

## **ABSTRACT**

### **DEVELOPMENT STRATEGY OF PROCESSED FOOD PRODUCTS FROM PUMPKIN FLOUR IN BANDAR LAMPUNG (A Case Study : Home Industry B.Co Bandar Lampung)**

**By**

**RAVINA INDRASWARI HERDANI PUTRI**

Diversification of pumpkin is one of processes to produce varied processed food products as it contains high good nutritions. B.Co is one of home industries that utilizes pumpkin flour into cakes. The purposes of this research were 1) to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats; and 2) to determine the alternative strategies for development of processed food products from pumpkin flour in B.Co' Home Industry Bandar Lampung. The SWOT analysis methods was used in this research. The steps of the SWOT analysis were 1) identification the internal and external factors; 2) determined matrix of IFE and EFE; 3) determined position matrix; and 4) SWOT matrix diagrams. The results showed the internal factors that the greater strengths was the availability of pumpkin in Indonesia is relatively high and it contains lots of good nutritions whereas the bigger weakness was not have a big trademark. The external factors indicated that the greater opportunity was promotion media through online and social media getting a lot easier, whereas the bigger threat was the changing of consument's taste affect on purchasing product. Based on starch expert/ research/ lecturer, seller, and consument, showed that the most assimilation development strategy was S-O (Strengths–Opportunities), strategy that use strengths to take advantage of opportunities. There are four best alternative strategies that can be apply : 1) the

abundance of pumpkin in Indonesia; 2) food processing technology become advanced nowadays 3) the importance of having P-IRT and BPOM permission; and 4) the affordable price and product variations.

Keyword : B.Co's home industry, development strategy , processed food products from pumpkin flour, SWOT analysis.

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN OLAHAN  
BERBAHAN DASAR TEPUNG LABU KUNING  
DI KOTA BANDAR LAMPUNG  
(Studi Kasus di *Home Industry B.Co* Bandar Lampung)**

Oleh

**Ravina Indraswari Herdani Putri**

**Skripsi**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA TEKNOLOGI PERTANIAN**

Pada

Program Studi Teknologi Industri Pertanian  
Jurusan Teknologi Hasil Pertanian  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2021**

Judul Skripsi : **PANGAN OLAHAN BERBAHAN DASAR TEPUNG LABU KUNING DI KOTA BANDAR LAMPUNG (Studi Kasus di *Home Industry* B.Co Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswi : **Ravina Indraswari Herdani Putri**

Nomor Pokok Mahasiswi : **1714231007**

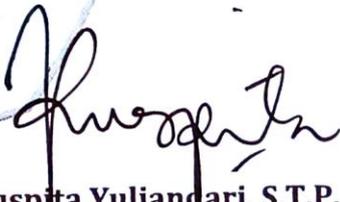
Program Studi : **Teknologi Industri Pertanian**

Jurusan : **Teknologi Hasil Pertanian**

Fakultas : **Pertanian**



  
**Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**  
NIP 19721006 199803 1 005

  
**Puspita Yuliandari, S.T.P., M.Si.**  
NIP 19810702 201504 2 001

2. Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian

  
**Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**  
NIP 19721006 199803 1 005

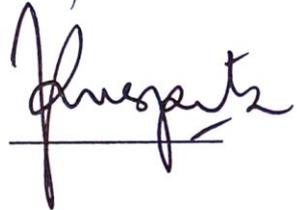
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

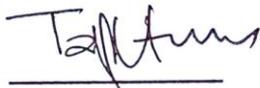
Ketua : **Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A.**



Sekretaris : **Puspita Yuliandari, S.T.P., M.Si.**



Pembahas : **Dr. Ir. Tanto Pratondo Utomo, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



**Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.**  
NIP: 19611020 198603 1 002

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Agustus 2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Saya adalah Ravina Indraswari Herdani Putri NPM 1714231007

Dengan ini menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri yang berdasarkan pada pengetahuan dan informasi yang telah saya dapatkan. Karya ilmiah ini tidak berisi material yang telah dipublikasikan sebelumnya atau dengan kata lain bukanlah hasil dari plagiat karya orang lain.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari terdapat kecurangan dalam karya ini, maka saya siap mempertanggungjawabkannya.

Bandar Lampung, 6 Agustus 2021  
Yang membuat pernyataan



Ravina Indraswari Herdani Putri  
NPM. 1714231007

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Lampung Tengah pada tanggal 6 November 1998 sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Herry Santoso dan Ibu Eni Erawati. Penulis memiliki dua orang kakak bernama Rangga Paksi Herdani Putra dan Ratih Anindita Herdani Putri. Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Gula Putih Mataram, Seputih Mataram, Lampung Tengah pada tahun 2005, Sekolah Dasar di SDS 01 Gula Putih Mataram, Seputih Mataram, Lampung Tengah pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama di SMP Gula Putih Mataram, Seputih Mataram, Lampung Tengah pada tahun 2014, dan Sekolah Menengah Atas di SMA Sugar Group, Seputih Mataram, Lampung Tengah pada tahun 2017.

Pada tahun 2017, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Lampung melalui jalur undangan atau Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik pada Bulan Januari-Februari 2020 di Desa Tunggal Warga Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang. Penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di UMKM Tempe Asli HB dengan judul “Mempelajari Proses Produksi dan Strategi Pemasaran di UMKM Tempe Asli H.B” pada bulan Juli 2020.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif berorganisasi dengan bergabung dalam Bidang Pendidikan dan Penalaran pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung (HMJ THP) periode 2018/2019.

## SANWACANA

Alhamdulillah rabbil'aalaamiin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas Rahmat, Hidayat dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning di Kota Bandar Lampung (Studi Kasus di *Home Industry B.Co* Bandar Lampung". Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini telah mendapatkan banyak arahan, bimbingan dan nasihat baik secara langsung maupun tidak sehingga penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Dr. Erdi Suroso, S.T.P., M.T.A., selaku Ketua Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing utama yang memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi, memberikan kesempatan, bimbingan, saran dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Harun Ar Rasyid, M.T., selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung yang telah membantu dan mendukung penulis selama perkuliahan.

4. Ibu Puspita Yuliandari, S.T.P., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang memberikan banyak bimbingan, arahan, masukan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Tanto Pratondo Utomo, M.Si., selaku sebagai dosen pembahas yang telah memberikan saran serta masukan terhadap skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar, staff, dan karyawan di Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Universitas Lampung, yang telah bersedia menjadi responden penelitian, mengajari, membimbing dan juga membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi akademik.
7. Bapak Maryana, S.E., selaku Pihak *Home Industry B.Co* (BPPT) dan semua pihak PIBTT (Pusat Informasi Bisnis Teknologi dan *Technopark*) B2TP-BPPT yang sudah memberikan izin penelitian, memberikan informasi, dan membantu dalam pengisian kuesioner untuk penelitian penulis.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Herry Santoso dan Ibu Eni Erawati, kakak-kakak penulis Rangga Paksi Herdani Putra dan Ratih Anindita Herdani Putri serta keluarga besar penulis yang telah mengasihi, memberikan dukungan, motivasi, semangat serta do'a yang selalu menyertai penulis selama ini.
9. Keluargaku di kampus Siti Fadilah, Ahmad Rizki Ramadhan, Sandi Prabowo, Luhung Ahadiyat, Bagus Wahyu Kuncoro, Stevano Titondea Prayoga Putra, Asha Aunaya, Kartini Permatasari, Mia Dwi, dan Rinda Nada yang selalu ada dalam kehidupan kampus saat suka maupun duka, selalu mendukung, memberikan saran, tempat berkeluh kesah.
10. Sahabat-sahabatku semasa di *Sugar Group Companies* yaitu Blok D *Squad, 7/7, Girlsquad* yang selalu memberikan semangat dan doanya meskipun dari jarak jauh sekalipun.

11. Teman-teman terbaikku keluarga besar THP dan TIP angkatan 2017 dan adik-adik angkatan 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas semangat, dukungan, perjalanan, kebersamaan serta seluruh cerita suka maupun dukanya selama ini.
12. Diri sendiri karena sudah berjuang dan tidak menyerah.

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
---------------------------	------------

<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
----------------------------	--------------

### **I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang dan Masalah .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	3
1.3 Manfaat Penelitian .....	3
1.4 Kerangka Pemikiran .....	4

### **II. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Strategi Pengembangan .....	7
2.1.1 Model Manajemen Strategi .....	7
2.1.2 Lingkungan Eksternal dan Internal .....	8
2.2 Bauran Pemasaran .....	9
2.3 Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning .....	10
2.3.1 Biskuit Tepung Labu Kuning .....	10
2.2.2 Bolu Kukus Tepung Labu Kuning .....	11
2.2.3 <i>Eggroll</i> Tepung Labu Kuning .....	13
2.4 Labu Kuning .....	14
2.5 Tepung Labu Kuning .....	15
2.5.1 Proses Pembuatan Tepung Labu Kuning .....	16
2.6 Analisis SWOT .....	17
2.6.1 Prosedur SWOT .....	19

### **III. METODE PENELITIAN**

3.1 Waktu dan Tempat .....	20
3.2 Alat dan Bahan .....	20
3.3 Sampel .....	20
3.4 Metode Penelitian .....	21
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.6 Metode Analisis Data .....	22
3.6.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal .....	22
3.6.2 Matriks SWOT .....	25
3.6.3 Tahap Pengambilan Keputusan .....	26

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Potensi Labu Kuning di Kota Bandar Lampung .....	27
4.1.1 Profil Usaha Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning .....	27
4.1.2 Pemasaran Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning .....	28
A. Produk ( <i>Product</i> ) .....	29
B. Harga ( <i>Price</i> ) .....	29
C. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	30
D. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	32
4.2 Deskripsi Hasil Pertanian .....	33
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal .....	33
A. Identifikasi Faktor Kekuatan .....	34
B. Identifikasi Faktor Kelemahan .....	37
C. Identifikasi Faktor Peluang .....	39
D. Identifikasi Faktor Ancaman .....	42
4.2.2 Analisis Matriks IFE dan IFE .....	44
A. Matriks IFE .....	46
B. Matriks EFE .....	49
4.2.3 Matriks Posisi .....	52
A. Ahli Pati / Peneliti / Akademisi .....	52
B. Penjual .....	53
C. Pembeli .....	54
4.2.4 Penentuan Strategi Matriks SWOT .....	55
 <b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
 <b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Klasifikasi labu kuning .....	14
2. Komposisi zat gizi labu kuning per 100 gram bahan .....	14
3. Komposisi kimia tepung labu kuning per 100 gram bahan .....	16
4. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) / EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ) .....	23
5. Matriks SWOT .....	25
6. Identifikasi faktor internal dan eksternal (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) pengembangan produk pangan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co Bandar Lampung .....	33
7. Identitas responden .....	44
8. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co (Ahli pati/ peneliti/ Akademisi) .....	46
9. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co (Penjual) .....	47
10. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co (Pembeli) .....	48
11. Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co (Ahli Pati/Peneliti/Dosen) .....	49
12. Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry</i> B.Co (Penjual) .....	50

13. Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ) pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> (Pembeli) .....	51
14. Matriks SWOT pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> (menurut ahli pati/peneliti/akademisi) .....	56
15. Matriks SWOT pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> (menurut penjual) .....	61
16. Matriks SWOT pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> (menurut pembeli) .....	66
17. Hasil pengisian kuesioner oleh ahli pati/ peneliti/ akademisi .....	101
18. Hasil pengisian kusioner oleh penjual .....	103
19. Hasil pengisian kuesioner oleh pembeli.....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram kerangka pemikiran .....	6
2. Diagram alir pembuatan biskuit tepung labu kuning .....	11
3. Diagram alir proses pembuatan bolu kukus tepung labu kuning .....	12
4. Diagram alir proses pembuatan tepung labu kuning .....	17
5. Matriks posisi .....	24
6. Produk <i>cake</i> labu kuning .....	29
7. Lokasi <i>Home Industry B.Co</i> .....	31
8. Akun Instagram <i>Home Industry B.Co</i> .....	32
9. <i>Event Promo Home Industry B.Co</i> .....	32
20. Matriks posisi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> berdasarkan ahli pati / peneliti/ akademisi .....	52
21. Matriks posisi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> berdasarkan penjual .....	53
22. Matriks posisi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di <i>Home Industry B.Co</i> berdasarkan pembeli .....	54
23. Kunjungan ke Kantor PIBTT (BBPT-BPPT) .....	80
24. Outlet Resmi <i>Home Industry B.Co</i> .....	80
25. Outlet <i>reseller</i> BKP Kemiling .....	80

26. Outlet <i>reseller</i> Auto 2000 Hajimena .....	81
27. Kemasan produk <i>Cake Labu Kuning</i> ( <i>Home Industry B.Co</i> ) .....	81
28. <i>Cake Labu Kuning</i> .....	81
29. Pengisian Kuesioner oleh responden .....	82
30. Pengisian kuesioner oleh responden .....	82

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang dan Masalah

Labu kuning merupakan salah satu komoditas yang berlimpah di Indonesia. Luas area panen labu kuning di Indonesia sendiri pada tahun 2019 mencapai 8.385 hektar. Tingkat produksi labu kuning nasional menurut *Food Agriculture Organization of the United Nations*, dari tahun 2010 hingga 2019 mengalami peningkatan dan juga penurunan. Produksi labu kuning tertinggi sebanyak 603.325 ton di tahun 2016. Tingginya nilai produksi labu kuning, seharusnya dapat meningkatkan nilai tambah itu sendiri. Oleh karena selama ini, labu kuning hanya diolah menjadi makanan tradisional saja, seperti : kolak, wajik, dodol, manisan atau bahkan buahnya dikukus saja (Santoso dkk., 2013).

Produksi labu kuning di Provinsi Lampung banyak dihasilkan di Kota Metro (Susilawati dkk., 2013). Saat ini, pemanfaatan labu kuning di Provinsi Lampung hanya diolah menjadi produk pangan olahan saja, belum diolah menjadi tepung labu kuning. Seperti yang dilakukan industri rumahan yang mengolah labu kuning menjadi *pudding* atau makanan olahan tradisional lainnya. Labu kuning termasuk bahan hasil pertanian yang musiman dan tentunya mudah rusak jika disimpan dalam waktu yang lama, sehingga salah satu upayanya pengolahannya yaitu dilakukan dengan pengecilan ukuran dan pengeringan menjadi bahan setengah jadi yaitu tepung.

Diversifikasi labu kuning merupakan salah satu upaya untuk penganekaragaman pangan, karena kandungan zat gizi yang cukup tinggi dan lengkap, dengan komposisi zat gizi labu kuning per 100 gram bahan yaitu energi 29 kal, protein 1,1 g, lemak 0,30 g, Vitamin A 180 SI, dan masih banyak lagi (Hendrasty, 2003). Pemanfaatan labu kuning menjadi tepung sendiri akan memberi nilai tambah serta

menambah daya simpan itu sendiri. Karakteristik dari tepung labu kuning ialah tepung butiran halus, memiliki warna putih kekuningan, aroma yang khas labu kuning (Igfar,2012). Tepung labu kuning dapat disubstitusikan ke dalam produk pangan olahan yang berbahan baku tepung terigu seperti *cookies*, kue, ataupun roti.

Produk pangan olahan yang banyak dijumpai, hampir sebagian besar berbahan dasar tepung terigu dan belum disubstitusikan dengan jenis tepung lainnya. Tepung labu kuning sendiri dapat disubstitusikan kedalam produk pangan olahan yang berbahan dasar tepung terigu, seperti yang dilakukan dalam beberapa penelitian. Penelitian Igfar (2012), telah membuat biskuit dengan tepung labu kuning yang memenuhi standar mutu biskuit (SNI 01-2973-1992), penelitian Anggraini dkk (2014), telah menghasilkan bolu kukus dengan substitusi tepung labu kuning (*Cucurbita moschata*) sebesar 15%.

Pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung masih jarang ditemui. Padahal potensi pemanfaatan labu kuning ini cukup besar, karena nilai produksinya tinggi dan kandungan gizinya baik. Akan tetapi pemanfaatannya masih kurang, sehingga diperlukan strategi pengembangan dan pemasaran yang tepat untuk kedepannya. Selain itu konsumen juga dihadapkan dengan berbagai macam produk yang muncul dipasaran, sehingga menyebabkan terjadinya banyak pilihan produk pangan olahan.

Strategi pengembangan adalah suatu pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mengembangkan usaha yang telah dijalankan. Upaya pengembangan agroindustri secara tidak langsung membantu meningkatkan nilai tambah produk hasil pertanian serta mengubah sistem pertanian yang menjadi lebih maju.

Berdasarkan uraian diatas, penentuan strategi pengembangan pada produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung sangat menarik untuk dilakukan penelitian. Hal ini terkait dengan strategi pengembangannya. *Home Industry B.Co* dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan *Home Industry B.Co* merupakan produsen yang mengolah tepung

labu kuning menjadi produk pangan olahan. Alat yang digunakan untuk menganalisis strategi pengembangan ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2017), analisis SWOT merupakan salah satu metode analisis yang didasarkan pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) untuk memperoleh strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi suatu usaha saat ini serta alternatif strategi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di masa yang mendatang.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co Bandar Lampung*.
2. Merumuskan strategi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co Bandar Lampung*.

## **1.3 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi beberapa pihak sebagai berikut.

1. Pelaku usaha produk pangan olahan di Kota Bandar Lampung  
Sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning.
2. Mahasiswa  
Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memahami kegiatan strategi pengembangan produk pangan olahan.

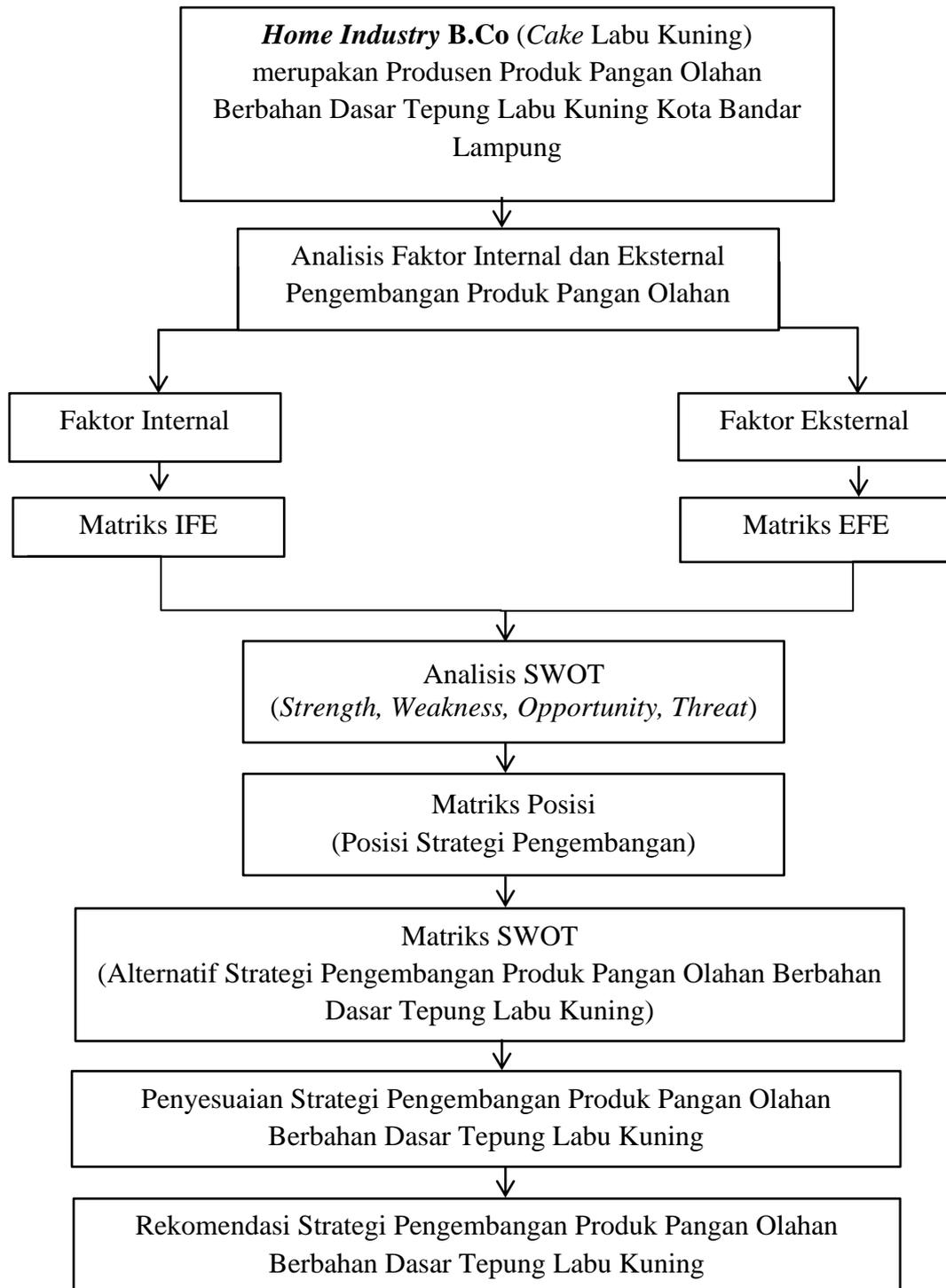
#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Produsen produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung yaitu *Home Industry B.Co*, sudah memproduksi *cake* dengan substitusi tepung labu kuning dan tepung terigu. Potensi produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning didukung dengan ketersediaan labu kuning dan nilai gizinya yang baik pula. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkan produk pangan olahan ini yaitu dengan menentukan strategi pengembangan yang paling tepat. Perumusan strategi pengembangan membutuhkan adanya analisis secara menyeluruh terhadap semua faktor yang mempengaruhi baik faktor internal maupun faktor eksternal (Rangkuti, 2017).

Penelitian mengenai penentuan strategi pengembangan suatu usaha yang telah dilakukan sebelumnya oleh sejumlah peneliti dengan menggunakan analisis SWOT. Juliandini dkk., (2017), melakukan penelitian strategi pengembangan usaha kue kering pada UMKM Berkah Kota Pekanbaru. Hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis SWOT yaitu upaya pengembangan usaha kue kering tersebut dapat dilakukan dengan 7 alternatif strategi. Salah satu strateginya adalah memperluas pasar untuk meningkatkan volume penjualan. Yola dan Hardiyanti (2019), telah melakukan penelitian strategi pengembangan bisnis roti berbasis syariah di Indonesia. Salah satu strateginya adalah menjaga kehalalan produk dan bahan baku. Kolo dan Hutapea (2016), telah melakukan penelitian strategi pengembangan usaha biskuit jagung di kelompok Wanita Tani Lestari Desa Sabun Tua'lele Kecamatan Insana Barat Kabupaten Timor Tengah Utara. Salah satu strateginya adalah meningkatkan modal yang dimiliki agar dapat mengantisipasi terjadinya perubahan harga bahan baku penolong yang semakin tinggi melalui UKM, BRI, BNI, untuk menambah modal supaya dapat mengantisipasi kenaikan harga bahan baku penolong, agar tetap memproduksi biskuit jagung sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen.

Penelitian ini akan dilakukan dengan mengidentifikasi dan menganalisis terhadap kondisi lingkungan agroindustri yang meliputi faktor internal dan faktor eksternal yang mendukung maupun menghambat pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning seperti yang ada pada *Home Industry*

B.Co Bandar Lampung. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mendukung proses pengambilan keputusan dalam menentukan strategi pengembangan yang paling tepat untuk produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co*. Analisis SWOT akan mengidentifikasi berbagai faktor yang dilakukan secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan (Rangkuti, 2017). Analisis SWOT yang akan dilakukan adalah analisis mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning serta memadukan pertimbangan mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi *Home Industry B.Co*. Hasil identifikasi faktor internal kemudian dianalisis dengan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan faktor eksternal dianalisis dengan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) , matriks posisi, dan matriks SWOT untuk menentukan strategi. Kerangka pemikiran dari penelitian ini disajikan pada gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning di *Home Industry B.Co*

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Strategi Pengembangan

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan serta tindakan manajerial yang hendak memastikan kinerja suatu perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi, pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi ataupun perencanaan jangka panjang), implementasi, evaluasi dan pengendalian. Manajemen strategi menekankan pada pengamatan serta penilaian terhadap kesempatan serta ancaman lingkungan dengan memandang kekuatan serta kelemahan yang dimiliki (Hunger dan Wheelen, 2003). Menurut David (2009), manajemen strategis definisinya yaitu suatu proses yang berorientasi masa depan yang memperbolehkan organisasi untuk memutuskan hari ini untuk memposisikan diri untuk kesuksesan pada masa mendatang. Pandangan yang lebih tradisional dari manajemen strategis menggunakan pendekatan linear dimana awal pemantauan terhadap lingkungan organisasi (baik internal serta eksternal), strategi diformulasikan, diimplementasikan serta kemajuan organisasi terhadap strategi kemudian dievaluasi.

#### 2.1.1 Model Manajemen Strategi

Model manajemen strategi terdapat empat tahap proses yaitu sebagai berikut (Hunger dan Wheelen, 2003).

1. Pengamatan lingkungan, merupakan suatu aktivitas pemantauan, pengevaluasian dan penyebaran informasi yang berasal dari internal ataupun eksternal. Analisis lingkungan eksternal, dikelompokkan dari beragam variabel peluang (*opportunities*) ataupun ancaman (*threats*) yang terletak diluar organisasi serta tidak secara khusus terdapat dalam pengendalian

jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk kondisi dalam organisasi ini hidup meliputi ekonomi, teknologi, hukum, pemasok, pesaing dan pemerintah. Analisis lingkungan internal, dikelompokkan dari beragam variabel kekuatan (*strength*) serta kelemahan (*weakness*) yang dimiliki organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek pada manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut meliputi struktur, budaya dan sumberdaya organisasi.

2. Perumusan strategi, merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan.
3. Implementasi dan strategi, merupakan proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur.
4. Evaluasi dan pengendalian adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas perusahaan dan hasil kinerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan.

### **2.1.2 Lingkungan Eksternal dan Internal**

Lingkungan Eksternal merupakan upaya yang dilakukan untuk mengembangkan daftar peluang dan ancaman, sehingga dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Lingkungan eksternal terdiri atas aspek ekonomi sosial dan budaya, pesaing, bahan baku, iklim dan cuaca, serta teknologi (David, 2009)

Lingkungan internal merupakan lingkungan yang terdiri dari variabel kekuatan serta kelemahan dalam kontrol manajemen perusahaan. Analisis faktor internal dilakukan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dapat dimanfaatkan, dan mengenali daftar kelemahan yang wajib diatasi, sehingga kekuatan yang dimiliki bisa digunakan untuk meminimalisir kelemahan. Analisis lingkungan internal kerap ditunjukkan pada lima aspek. Aspek-aspek tersebut meliputi produksi,

keuangan atau modal, sumber daya manusia, lokasi dan pemasaran (Kotler dan Keller, 2009).

## 2.2 Bauran Pemasaran

Pasar merupakan sekelompok pembeli dan penjual yang melakukan transaksi sebuah produk atau kelompok produk tertentu. Istilah lain yang dikenal selain pasar yaitu pemasaran atau *marketing* merupakan suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya politik, ekonomi dan manajerial. Faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai komoditas. Kemampuan analisis pemasaran adalah faktor yang sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha (Rangkuti, 2017).

Produk yang dipasarkan agar dapat memasuki pasar sasaran maka oleh para pemasar digunakan alat atau instrumen yang dikenal bauran pemasaran. Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran, yaitu meliputi *product, price, place, promotion*. *Marketing mix* tersebut digunakan oleh pemasar agar produk dapat memasuki target market. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), item bauran pemasaran yaitu meliputi.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan penjual kepada pasar sasaran. Komponen produk dapat berupa keragaman produk, kualitas, desain, nama merek, dan kualitas produk.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk memperoleh produk. Indikator harga berupa daftar harga, diskon, potongan harga, periode pembayaran dan persyaratan kredit.

c. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan lokasi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Indikator suatu usaha dapat dilihat dari saluran pemasaran, cakupan pemasaran, pemilihan lokasi dan transportasi.

d. Promosi (*Promotion*)

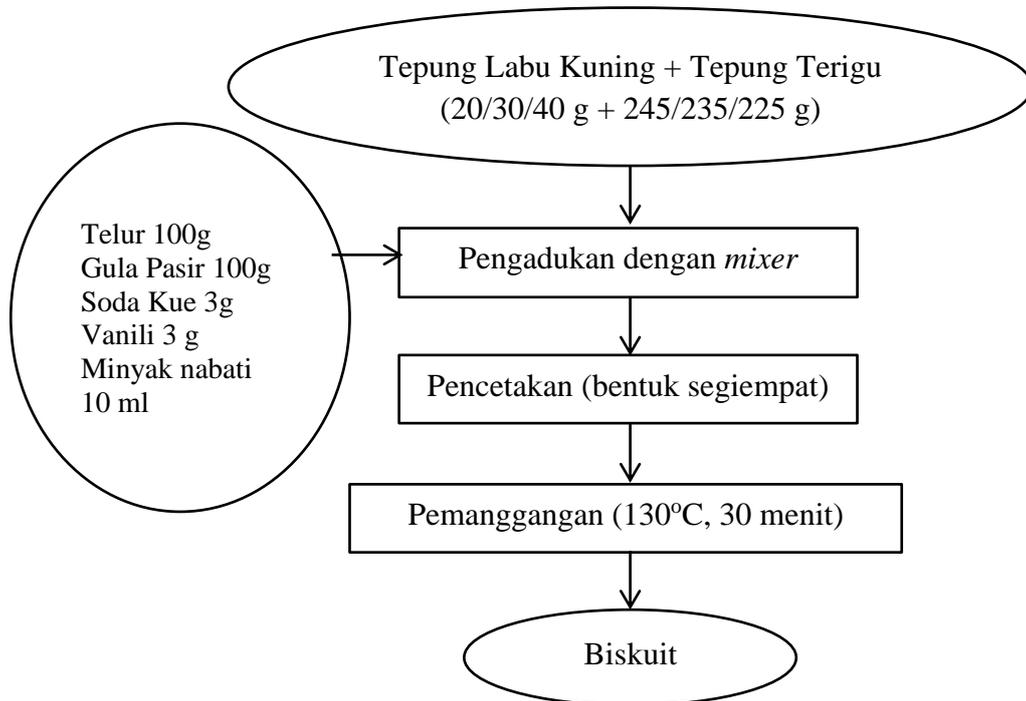
Promosi merupakan aktivitas menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi dapat dilihat dengan beberapa indikator seperti promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, dan hubungan masyarakat.

## **2.3 Produk Pangan Olahan Berbahan Dasar Tepung Labu Kuning**

### **2.3.1 Biskuit Tepung Labu Kuning**

Penelitian Igfar (2012), telah melakukan pembuatan biskuit dengan judul “Pengaruh Penambahan Tepung Labu Kuning dan Tepung Terigu Terhadap Pembuatan Biskuit”. Biskuit dibuat dengan memenuhi standar mutu biskuit yaitu SNI 01-2973-1992 dan diterima panelis uji analisa kadar air dan abu, uji organoleptiknya (warna, aroma, rasa), serta uji mekanik terhadap daya patah biskuit. Perlakuan terbaik pada uji analisa kadar air dan kadar abu serta uji mekanik diperoleh penambahan tepung labu kuning 20 g : tepung terigu 245 g. Uji Organoleptik diperoleh perlakuan terbaik dengan perbandingan tepung labu kuning 30 g : tepung terigu 235 g.

### 2.3.1.1 Proses Pembuatan Biskuit Tepung Labu Kuning



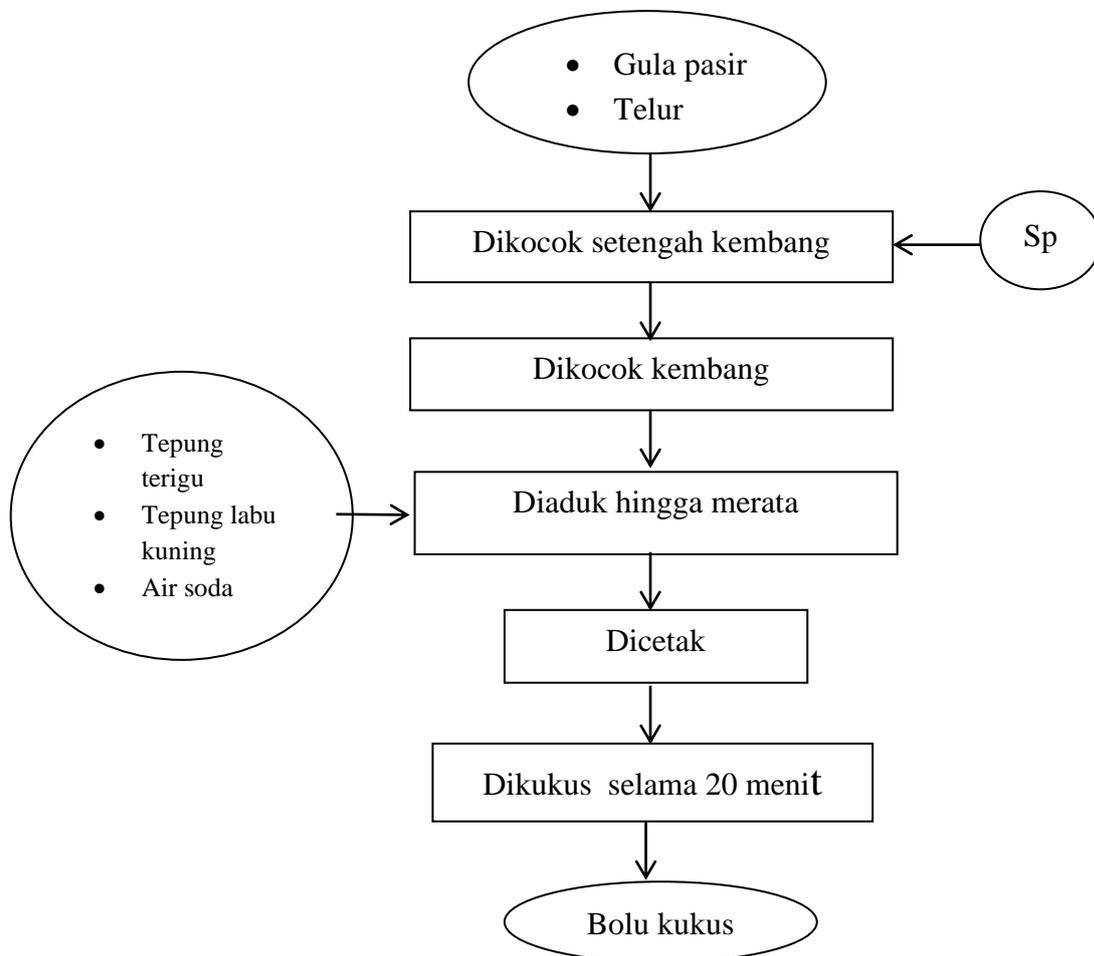
Gambar 2. Diagram Alir Pembuatan Biskuit Tepung Labu Kuning

### 2.3.2 Bolu Kukus Tepung Labu Kuning

Penelitian Anggraini dkk., (2014) telah melakukan penelitian bolu kukus dengan judul “Pengaruh Substitusi Tepung Labu Kuning (*Curcubita moschata*) Terhadap Kualitas Bolu Kukus”. Bolu kukus dibuat dengan jumlah komposisi tepung labu kuning yaitu 0%, 15%, 25% dan 35% yang kemudian di uji organoleptik. Uji organoleptik dari bolu kukus ini yaitu kualitas (volume, bentuk, warna, tekstur, rasa) dan tingkat kesukaan. Penelitian ini menyatakan bahwa panelis kurang menyukai substitusi tepung labu kuning lebih banyak daripada tepung erigu terhadap bolu kukus. Berdasarkan data yang diperoleh, panelis lebih menyukai kelompok kontrol dan substitusi tepung labu kuning 15% karena hasilnya mendekati yang lebih baik.

### 2.3.2.1 Proses Pembuatan Bolu Kukus Tepung Labu Kuning

Pembuatan bolu kukus ada beberapa tahap yaitu tahap pengocokkan adonan, pencampuran adonan, pencetakan dan pengukusan. Kocok gula, vanili dan telur sampai setengah kembang, kemudian masukkan sp kocok lagi sampai mengembang. Setelah itu masukkan air soda, tepung terigu dan tepung labu kuning sesuai dengan perbandingan komposisi bahan yang digunakan. Setelah adonan tercampur rata, masukkan ke dalam cetakan bolu kukus yang sudah dialas paper cup. Kemudian masukkan ke dalam kukusan yang sudah mendidih. Kukus selama 20 menit. Proses pembuatan bolu kukus dapat dilihat pada diagram alir pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. Diagram Alir Pembuatan Bolu Kukus Tepung Labu Kuning

### 2.3.3 *Eggroll* Tepung Labu Kuning

Penelitian Cahyaningtyas dkk., (2014) telah melakukan penelitian *eggroll* dengan judul “Kajian Fisikokimia dan Sensori Tepung Labu Kuning (*Curcubita moschata* *Durch*) sebagai Substitusi Tepung Terigu pada Pembuatan *Eggroll*”. *Eggroll* dibuat dengan konsentrasi tepung labu kuning 25%, 50%, 75%, dan 100% yang kemudian di analisis sensori (warna, rasa, aroma, tekstur, dan *overall*), kimia (kadar air, kadar abu, kadar lemak, kadar karbohidrat, dan kadar  $\beta$ -Karoten) dan fisik (tekstur dan kerenyahan). Hasil analisis sensori ditinjau dari parameter warna, aroma, rasa, tekstur, dan *overall*, menunjukkan bahwa *eggroll* dengan konsentrasi tepung labu kuning 50% paling disukai panelis dan *eggroll* dengan konsentrasi labu kuning 100% tidak disukai panelis. Hasil analisis kimia yaitu kadar air, kadar abu, kadar lemak dan kadar  $\beta$ -karoten pada *eggroll* dengan konsentrasi 25% paling rendah dan konsentrasi 100% paling tinggi. Sedangkan pada kadar protein dan kadar karbohidrat *eggroll* dengan konsentrasi 25% paling tinggi dan konsentrasi 100% paling rendah. Ditinjau dari sifat fisiknya *eggroll* labu kuning semakin tinggi konsentrasi tepung labu kuning maka kerenyahan *eggroll* semakin berkurang.

#### 2.3.3.1 Proses Pembuatan *Eggroll* Tepung Labu Kuning

*Cake emulsifier*, gula, telur dikocok sampai mengembang kemudian ditambahkan tepung terigu, tepung sagu, susu dan *baking powder* di aduk dengan *mixer* sampai semua bahan tercampur, kemudian ditambahkan mentega cair. Setelah semua adonan tercampur cetakan dipanaskan, setelah cetakan panas satu sendok adonan dituangkan pada cetakan dan dibiarkan matang. Waktu pemanasan *eggroll* setiap konsentrasi tepung labu kuning berbeda-beda, untuk konsentrasi tepung labu kuning 25% membutuhkan waktu pemanasan 1 menit, konsentrasi tepung labu kuning 50% selama 1,5 menit, konsentrasi tepung labu kuning 75% selama 3 menit dan konsentrasi 100% selama 5 menit. Setelah adonan matang kemudian digulung dengan bantuan sumpit supaya mudah dicetak kemudian diangkat dan biarkan dingin.

## 2.4 Labu Kuning

Labu kuning atau waluh (*Curcubita moschata*) merupakan tanaman menjalar yang masuk kedalam famili *curcubitacea*, yang termasuk golongan tanaman yang musiman. Kebanyakan labu kuning telah dibudidayakan di negara-negara Afrika, Amerika, India, Cina. Tanaman ini dapat tumbuh di daerah rendah maupun dataran tinggi. Ketinggian tempat ideal adalah antara 0-1500 m diatas permukaan laut (Hendrasty, 2003). Klasifikasi dan komposisi zat gizi dari labu kuning disajikan di tabel 1 dan 2 dibawah ini sebagai berikut.

Tabel 1. Klasifikasi Labu Kuning

No.	Klasifikasi	Nama
1	Divisi	<i>Spermatophyta</i>
2	Sub divisi	<i>Angiospermae</i>
3	Kelas	<i>Dicotyledonae</i>
4	Ordo	<i>Cucurbitales</i>
5	Familia	<i>Cucurbitaceae</i>
6	Genus	<i>Cucubita</i>
7	Spesies	<i>Cucubita moschata Duch</i>

Sumber : Noelia *et al.*, (2011)

Tabel 2. Komposisi Zat Gizi Labu Kuning per 100 gram bahan

No	Kandungan Gizi	Jumlah per 100g
1	Energi (kal)	29
2	Protein (g)	1,10
3	Lemak (g)	0,30
4	Hidrat Arang (g)	6,60
5	Kalsium (mg)	45,00
6	Fosfor (mg)	64,00
7	Zat Besi (mg)	1,40
8	Vitamin A(SI)	180,00
9	Vitamin B1 (mg)	0,08
10	Vitamin C (g)	52,00
11	Air (g)	91,20
12	BDD (%)	77

Sumber : Hendrasty (2003)

## 2.5 Tepung Labu Kuning

Tepung labu kuning adalah tepung dengan butiran halus, lolos ayakan 60 mesh, berwarna putih kekuningan, berbau khas labu kuning dengan kadar air  $\pm 13\%$ . Protein tepung labu kuning mengandung protein jenis gluten yang cukup tinggi sehingga mampu membentuk jaringan tiga dimensi yang kohesif dan elastis. Sifat ini akan sangat berfungsi pada pengembangan volume roti dan produk makanan lain yang memerlukan pengembangan volume. Tepung waluh mempunyai kualitas tepung yang baik karena mempunyai sifat gelatinisasi yang baik sehingga dengan demikian dapat membentuk adonan dengan konsistensi, kekenyalan, viskositas, maupun elastisitas yang baik, sehingga roti yang dihasilkan akan berkualitas baik. Sifatnya yang higroskopis dalam penyimpanannya, tepung labu kuning harus dilakukan sedemikian rupa, diusahakan agar udara dan sinar tidak menembus wadah. Jenis kemasan yang cocok untuk tepung labu kuning yaitu plastik yang dilapisi *aluminium foil*. Tepung labu kuning yang disimpan dalam tempat yang kering akan dapat tahan selama dua bulan (Hendrasty, 2003).

Tepung labu kuning mempunyai sifat spesifik dengan aroma khas. Secara umum, tepung tersebut berpotensi sebagai pendamping terigu dan tepung beras dalam berbagai produk pangan olahan. Produk olahan dari tepung labu kuning mempunyai warna dan rasa yang spesifik, sehingga lebih disukai oleh konsumen. Teknologi pembuatan tepung merupakan salah satu proses alternatif produk setengah jadi yang dianjurkan karena lebih tahan disimpan, mudah dicampur (dibuat komposit), dibentuk, diperkaya zat gizi, dan lebih cepat dimasak sesuai tuntutan kehidupan modern yang serba praktis. Dari segi proses, pembuatan tepung hanya membutuhkan air relatif sedikit dan ramah lingkungan dibandingkan dengan pembuatan pati (Hendrasty, 2003). Komposisi kimia tepung terigu labu kuning disajikan dalam tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Komposisi Kimia Tepung Labu Kuning per 100 gram Bahan

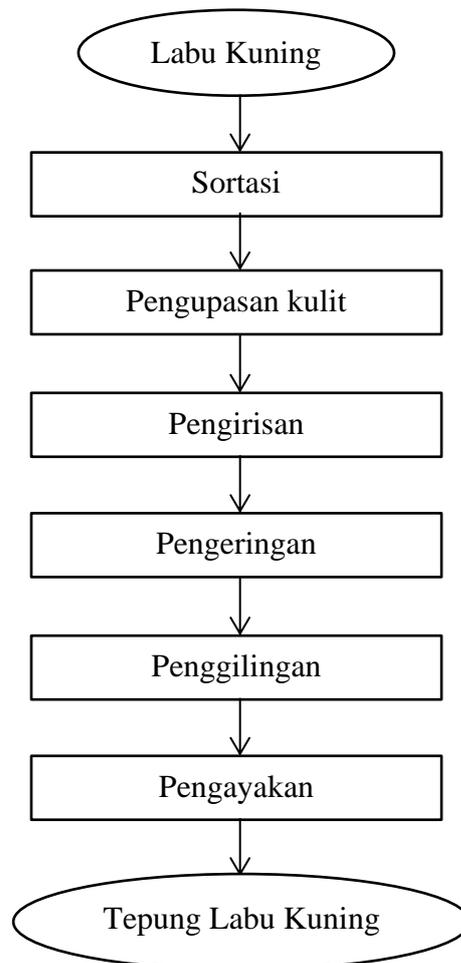
No	Kandungan Gizi	Kadar
1	Protein (g)	6,9
2	Lemak (g)	2,1
3	Hidrat Arang (g)	75,1
4	Serat Kasar (g)	5,15
5	Kadar Air (%)	11,57
6	Kadar Abu (%)	4,47
7	Betakaroten (mg)	44,05

Sumber : Elvzahro (2011)

### 2.5.1 Proses Pembuatan Tepung Labu Kuning

Metode pembuatan tepung labu kuning adalah sebagai berikut (Wahyu, 2016). Pertama, labu kuning disortasi dengan kriteria buah yang masih segar, tidak memar, kulit mulai menguning, daging buah tebal dan warna merah kekuning-kuningan. Labu kuning dikupas dan dipisahkan antara kulit, biji dan daging buah dengan menggunakan pisau. Setelah dikupas, labu kuning diiris tipis dengan menggunakan alat *slizer* dengan ketebalan 2-3 mm untuk mempercepat pengeringan. Kemudian, labu yang sudah diiris dikeringkan dengan di *dehydrator* dengan suhu 60°C, 70°C, dan 80°C dengan lama pengeringan  $\pm 7$  jam. Labu yang sudah kering kemuian dihancurkan / digiling dengan menggunakan *blender*. Hasil gilingan diayak dengan menggunakan ayakan berukuran 80 mesh.

Prosedur pembuatan tepung labu kuning disajikan pada gambar 4 sebagai berikut.



Gambar 4. Diagram Alir Proses Pembuatan Tepung Labu Kuning

## 2.6 Analisis SWOT

Analisis SWOT diperlukan untuk menganalisis profil suatu bisnis / perusahaan. Singkatan dari SWOT adalah *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Ancaman). Analisis SWOT berisi tentang evaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal berupa peluang dan tantangan. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya. Analisis SWOT hanya bermanfaat dilakukan apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi atau

manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya. Hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para *stakeholder* (Situmorang dan Dilham, 2007).

Analisis SWOT merupakan suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam suatu usaha. Analisis dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan pribadi. Suatu perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis suatu usaha (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) (Rangkuti, 2017).

Menurut Rangkuti (2017), analisis SWOT terdiri atas empat faktor yaitu sebagai berikut.

1. *Strengths* (kekuatan)

*Strengths* merupakan kondisi kekuatan yang ada di dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

*Weaknesses* merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

3. *Opportunities* (peluang)

*Opportunities* merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri seperti kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

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

*Threats* merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis.

### 2.5.1 Prosedur SWOT

Menurut Rangkuti (2017), prosedur SWOT yaitu sebagai berikut.

1. Tentukan variabel-variabel yang mempengaruhi
2. Kelompokkan variabel tersebut dalam empat kelompok yaitu kelompok *Strength* (kekuatan), kelompok *Weakness* (kelemahan), kelompok *Opportunity* (peluang) dan kelompok *Threat* (ancaman). Pada proses ini dibutuhkan kejelian pengguna dalam mengklasifikasikan variabel tersebut untuk disesuaikan dengan tujuan.
3. Setiap variabel yang dimasukkan kedalam kelompok diberikan urutan
4. Mengkombinasikan setiap variabel dan kemudian dilakukan analisis dampak dan pengaruhnya terhadap pencapaian.
5. Analisis secara menyeluruh berdasarkan hasil yang sudah didapatkan dan ditarik kesimpulan.
6. Kumpulan kesimpulan tersebut kemudian dipilih sesuai dengan tujuan, prioritas, dan besarnya pengaruh sehingga dapat ditarik suatu keputusan dan kebijakan.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat**

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan pada bulan Mei – Juni 2021, di *Home Industry B.Co* sebagai produsen produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung.

#### **3.2 Alat dan Bahan**

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *logbook*, pena, alat perekam (*handphone*), dan laptop. Bahan yang digunakan dalam penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner dan berbagai sumber pustaka terkait analisis yang dilakukan.

#### **3.3 Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sample*. *Purposive sample* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kritea-kriteria tertentu (Siregar, 2013). Berikut merupakan responden dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini, terdiri atas :

1. Pembeli :
  - Konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk pangan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung.
2. Penjual :
  - Produsen yang menjual ataupun memproduksi produk pangan berbahan dasar tepung labu kuning di Kota Bandar Lampung.

3. Ahli Pati :
  - Orang yang memahami mengenai pati/ tepung-tepungan / labu kuning.
4. Peneliti :
  - Peneliti yang pernah melakukan penelitian mengenai pengolahan tepung labu kuning.
5. Akademisi :
  - Dosen pengajar mata kuliah mengenai pati.

### **3.4 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei lapangan. Hasil dari survei penelitian tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif dengan memfokuskan pada pemecahan masalah yang ada secara aktual. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yaitu melalui hasil wawancara dan pengisian kuesioner. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran pustaka dan studi literatur.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara yaitu meliputi :

1. Wawancara  
Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara kepada responden berdasarkan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Responden pada penelitian ini adalah penjual dan pembeli produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning.
2. Observasi  
Observasi dilakukan dengan melihat langsung obyek yang akan diteliti terutama terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga diperoleh gambaran yang jelas.

### 3. Studi literatur dan kepustakaan

Studi literatur dan kepustakaan dilakukan untuk menganalisa obyek secara teoritis terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan penulisan, yaitu melalui studi pustaka dari berbagai jurnal ilmiah dan skripsi, artikel-artikel yang relevan, serta sumber-sumber lain yang mendukung untuk memperoleh data sekunder.

## 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data awal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co*. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan suatu industri. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

### 3.6.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal dan eksternal ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning. Analisis internal digunakan untuk mengetahui faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co*. Unsur-unsur dari faktor internal tersebut setelah ditetapkan, diberikan bobot masing-masing faktor tersebut berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Analisis eksternal digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor peluang dan ancaman yang dihadapi pada saat pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning. Penilaian bobot dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan eksternal kepada responden dengan menentukan bobot setiap variabel. Penentuan faktor internal dan eksternal dilakukan seperti yang disajikan pada tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) /EFE (*External Factor Evaluation*)

Faktor Internal/Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. ....			
2. ....			
Kelemahan			
1. ....			
2. ....			
Total skor faktor kekuatan - kelemahan			
Peluang			
1. ....			
2. ....			
Ancaman			
1. ....			
2. ....			
Total skor faktor peluang - ancaman			

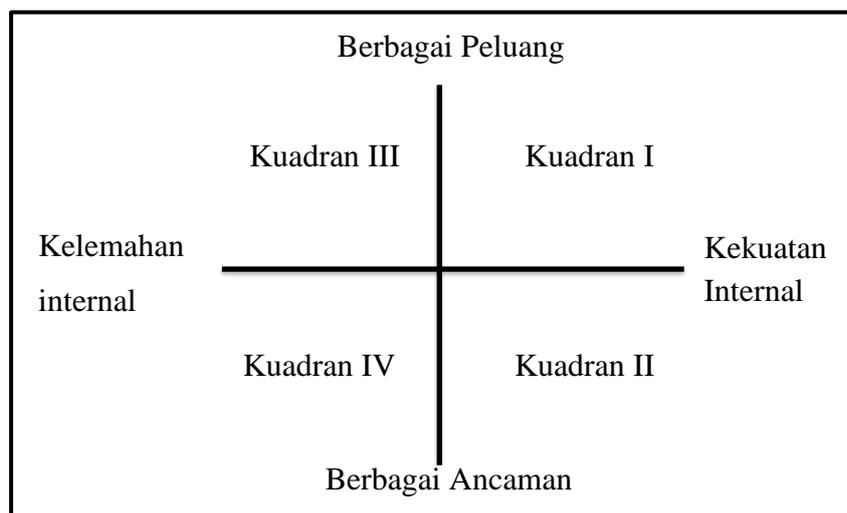
Sumber : Rangkuti (2017)

Tahap penyusunan matriks IFE (*internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*) menurut Rangkuti (2017), sebagai berikut.

1. Penentuan bobot dimana hasil identifikasi faktor strategis internal dan eksternal diajukan kepada responden untuk menilai pada bobot tiap faktor strategis. Nilai bobot yang diberikan berdasarkan tingkat kepentingan dan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning. Bobot diberikan masing-masing faktor dengan nilai 1 (sangat tidak penting), nilai 2 (tidak penting), nilai 3 (agak penting), dan nilai 4 (penting) dan nilai 5 (sangat penting). Total jumlah bobot dari setiap faktor yang didapat harus sama dengan satu, sehingga jumlah nilai tiap faktor strategis harus dibagi dengan jumlah total faktor strategis.
2. Pemberian rating pada tiap faktor terdapat skala 5 (sangat baik) hingga 1 (sangat kurang) yang berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap upaya pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning. Faktor yang bersifat positif (kekuatan / peluang) diberi nilai 1 (sangat kurang) hingga 5 (sangat baik), sedangkan faktor yang negatif pemberian nilai sebaliknya (kelemahan / ancaman) diberi nilai 5 (sangat kecil) sampai

- 1 (sangat besar). Jika kelemahan besar maka diberi rating +5, apabila kelemahan semakin kecil maka diberi rating mendekati +1).
3. Perhitungan skor didapat dengan mengalikan nilai bobot dan rating pada setiap faktor strategis. Selanjutnya, dihitung selisih skor tertimbang pada tiap-tiap faktor internal dan eksternal untuk memperoleh skor total skor pembobotan. Jumlah selisih faktor internal yaitu hasil pengurangan dari total skor faktor kekuatan dengan total faktor kelemahan, sedangkan jumlah selisih faktor internal yaitu pengurangan dari total skor peluang dengan total skor ancaman.

Setelah dilakukan evaluasi faktor internal dan faktor eksternal dari matriks IFE (*internal factor evaluation*) dan EFE (*external factor evaluation*) didapat total skor masing-masing yang mana dapat diketahui bahwa posisi perusahaan dalam kuadran tersebut. Nilai x didapat dari skor faktor internal (selisih total faktor kekuatan dan total faktor kelemahan) sedangkan nilai y didapat dari skor faktor eksternal (selisih total faktor peluang dan total faktor ancaman) (Rangkuti, 2017). Matriks posisi dalam kuadran dapat dilihat pada gambar 5 yang disajikan sebagai berikut.



Sumber : (Marimin, 2004)

Gambar 5. Matriks posisi

### 3.6.2 Matriks SWOT

Matriks SWOT akan digunakan untuk menyusun strategi perusahaan yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi, dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Menurut David (2009) faktor-faktor kunci eksternal dan internal merupakan pembentuk matriks SWOT yang menghasilkan empat tipe strategi, yaitu a) Strategi SO yakni strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, b) strategi WO yakni mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan keunggulan peluang eksternal, c) strategi ST yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari pengaruh dari ancaman eksternal, serta d) strategi WT adalah strategi bertahan dengan meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman lingkungan.

Matriks SWOT akan mempermudah perumusan strategi yang perlu dilakukan oleh suatu kegiatan usaha. Alternatif strategi yang diambil pada dasarnya harus ditujukan pada usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang dan mengantisipasi ancaman. Dengan demikian matriks SWOT tersebut akan menghasilkan empat kelompok alternatif yang disebut dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT (Kuncoro, 2005). Matriks analisis SWOT disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	<i>Strengths (S)</i> Daftar Kekuatan (Temukan 5-10 faktor peluang internal)	<i>Weakness (W)</i> Daftar Kelemahan (Temukan 5-10 faktor peluang internal)
<i>Opportunities (O)</i> Daftar Peluang (Temukan 5-10 faktor peluang internal)	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i> Daftar Ancaman (Temukan 5-10 faktor peluang internal)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang memninkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber : David,2009

Menurut Rangkuti (2017) apabila strategi dalam gambar dikaitkan dengan strategi bisnis, maka pilihan-pilihan strategi bisnis yang perlu dilakukan sebagai berikut :

1. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*), pada situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran S-O disebut sebagai strategi agresif.
2. Strategi S-T (*Strenghts-Threats*), pada situasi ini perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi.
3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*), pada situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama tersebut. Strategi dalam kuadaran W-O disebut sebagai strategi balik arah.
4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*), pada situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran W-T disebut sebagai strategi bertahan. Setelah menganalisis keseluruhan variabel di atas, kemudian faktor strategi internal dan strategi faktor eksternal dituangkan dalam Analisis SWOT.

### **3.6.3 Tahap Pengambilan Keputusan**

Tahap pengambilan keputusan, matriks SWOT dirujuk kembali antara matriks internal dan eksternal dengan matriks posisi dikuadran berapa, sehingga dapat diketahui kombinasi strategi yang tepat untuk produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co*.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan analisis evaluasi faktor internal dan eksternal pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co* diperoleh:
  - a. Menurut ahli pati / peneliti / akademisi, faktor kekuatan terbesar yaitu bahan baku labu kuning yang tersedia dan kandungan gizi dan manfaat dari labu kuning yang banyak dengan skor 1,027 sedangkan kelemahan terbesar yaitu belum memiliki merek dagang yang besar dengan skor 0,431. Faktor peluang terbesar yaitu media promosi melalui online atau sosial media yang semakin mudah dengan skor 0,945 sedangkan ancaman terbesar yaitu ketidaktahuan masyarakat tentang cara mengolah tepung labu kuning dibandingkan daerah lain, seperti Jawa Tengah dengan skor 0,607.
  - b. Menurut penjual, faktor kekuatan terbesar yaitu memiliki perizinan produksi P-IRT dan BPOM dengan skor 1,136 sedangkan kelemahan terbesar yaitu belum memiliki merek dagang yang besar dengan skor 0,222. Faktor peluang terbesar yaitu media promosi melalui *online* atau sosial media yang semakin mudah dengan skor 0,783 sedangkan faktor ancaman terbesar yaitu ketertarikan (*brand awareness*) masyarakat terhadap suatu produk pangan olahan dengan skor 0,700.
  - c. Menurut pembeli, faktor kekuatan terbesar yaitu memiliki perizinan produksi P-IRT dan BPOM dengan skor 1,006 sedangkan kelemahan terbesar yaitu ketertarikan (*brand awareness*) masyarakat terhadap

suatu produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning yang rendah dengan skor 0,399. Faktor peluang yang terbesar yaitu peluang potensi pasar yang terbuka lebar dengan skor 0,890 sedangkan ancaman terbesar yaitu perubahan selera konsumen yang berubah-ubah berpengaruh terhadap pembelian produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning dengan skor 0,883.

2. Rekomendasi strategi yang paling baik untuk diterapkan dalam upaya pengembangan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning di *Home Industry B.Co* yaitu diperoleh :
  - Menurut ahli pati/ peneliti/ akademisi, 1) Potensi ketersediaan labu kuning yang cukup memberikan kemudahan dalam proses pengolahan tepung labu kuning menjadi berbagai jenis variasi produk pangan olahan sehingga dapat meningkatkan minat konsumen di pasaran secara luas, dapat dilakukan dengan mudah melalui promosi jasa *influencer* atau selebriti; 2) Teknologi proses pengolahan produksi dalam mengembangkan inovasi produk akan semakin mudah dilakukan jika didukung dengan ketersediaan labu kuning yang cukup; dan 3) Pentingnya perizinan produksi P-IRT dan BPOM memberikan manfaat yang baik sehingga produk dapat lebih mudah dipasarkan secara *offline* (seperti outlet) dan *online* (media sosial dan instagram).
  - Menurut penjual, 1) Potensi ketersediaan labu kuning yang cukup memberikan kemudahan dalam proses pengolahan tepung labu kuning menjadi berbagai jenis variasi produk pangan olahan sehingga dapat meningkatkan minat konsumen di pasaran secara luas, dapat dilakukan dengan mudah melalui promosi jasa *influencer* atau selebriti; 2) Teknologi proses pengolahan produksi dalam mengembangkan inovasi produk akan semakin mudah dilakukan jika didukung dengan ketersediaan labu kuning yang cukup; dan 3) Pentingnya perizinan produksi P-IRT dan BPOM memberikan manfaat yang baik sehingga produk dapat lebih mudah dipasarkan

secara *offline* (seperti outlet) dan *online* (media sosial dan instagram).

- Menurut pembeli, 1) Harga produk pangan olahan berbahan dasar tepung labu kuning yang terjangkau dan jenis yang bervariasi dapat meningkatkan minat konsumen melihat konsumsi akan produk pangan jadi yang meningkat sehingga berpotensi terbukanya pasar yang lebar; 2) Perizinan produksi yang dimiliki produk mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen sehingga produk mudah dipromosikan dan di pasarkan melalui *online* maupun *offline*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan rekomendasi hasil analisa yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran untuk *Home Industry B.Co Bandar Lampung* untuk mengembangkan produk pangan olahan berbahan dasar tepung labung kuning dengan menciptakan *topping* dan jenis variasi produk baru, melihat peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan serta dapat menghindari ancaman dari produk pesaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M., Syarif, W., dan Holinesti, R. 2014. Pengaruh Substitusi Tepung Labu Kuning (*Curcubita moschata*) Terhadap Kualitas Bolu Kukus. *Jurnal Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*. Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang. Padang. 5(1):1-20.
- Badan Standarisasi Nasional. 1995. Syarat Mutu Roti Tawar (SNI 01-3840-1995). BSN. Jakarta.
- Badan Standarisasi Nasional. 2011. Mutu dan Cara Uji Biskuit (SNI 01-2973-2011). BSN. Jakarta.
- Brown, A. 2010. *Understanding Food Principles and Preparation*. Wadsworth, Belmont. California.
- Cahyaningtyas, F.I., Basito., dan Anam, C. 2014. Kajian Fisikokimia dan Sensori Tepung Labu Kuning (*Curcubita moschata* Durch) Sebagai Substitusi Tepung Terigu Pada Pembuatan Eggroll. *Jurnal Teknosains Pangan*. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. Surakarta. 3(2):13-19.
- David, F.R. 2009. *Manajemen Strategi, Buku 1, Edisi kesepuluh*. Salemba Empat. Jakarta.
- Elvizahro, Leiyla. 2011. Kontribusi MP-ASI Bubur Bayi Instan dengan Substitusi Tepung Ikan Patin dan Tepung Labu Kuning Terhadap Kecukupan Protein dan Vitamin A Pada Bayi. (Artikel Penelitian). Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. Semarang.
- Food Agriculture Organization of the United Nations*. 2020. <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC> (diakses pada 3 Februari 2021, pukul 23.51 WIB)
- Faridah, A., Pada, K.S., Yulastri, A., dan Yusuf, L. 2008. *Pastiseri Jilid 1 Untuk SMK*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Jakarta.

- Hardiyanti, N. 2019. Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah Indonesia. (Skripsi). Fakultas Sains dan Teknologi UIN Suska Riau. Pekanbaru.
- Hendrasty, H.K. 2003. *Tepung Labu Kuning Pembuatan dan Pemanfaatannya*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hui, Y.H. 2000. *Handbook of Food Science, Technology and Engineering, Volume 1*. CRC Press. USA.
- Hunger, J.D., dan Wheelen, T.L. 2003. *Manajemen Strategis*. Penerbit sAndi. Yogyakarta.
- Igfar, Ahmad. 2012. Pengaruh Tepung Labu Kuning (*Curcubita moschata*) dan Tepung Terigu terhadap Pembuatan Biskuit. (Skripsi). Program Studi Ilmu dan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Hassanudin. Makasar.
- Juliandini, A., Syahza, A., dan Indrawati, H. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Kue Kering pada UMKM Berkah Kota Pekanbaru. 4(2):1-12. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau. Riau. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFKIP/article/view/15301>. Diakses pada 20 Januari 2021 pukul 22.35 WIB.
- Kolo, D., dan Hutapea, A. N. 2016. Strategi Pengembangan Usaha Biskuit Jagung Di Kelompok Wanita Tani Kecamatan Insana Barat Kabupaten Timor Tengah Utara. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering*. Fakultas Pertanian Universitas Timor. Kefamenanu. 1(3):42-45.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13*. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga. Jakarta.
- Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Majemuk*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Noelia *et al.* 2011. Physicochemical, technological properties, and health benefits of Cucurbita moschata Duchense vs. Cehualca A Review. *Jurnal Pangan International*. 44(9): 2587-2593.

- Pudjirahaju, A. 2017. *Pengawasan Mutu Pangan*. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. Jakarta.
- Purnama, L. 2001. *Strategic Marketing Plan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Santoso, E.B., Basito., dan Dimas, R. 2013. Pengaruh Penambahan Berbagai Jenis Dan Konsentrasi Susu Terhadap Sifat Sensoris Dan Sifat Fisikokimia Puree Labu Kuning (*Cucurbita moschata*). *Jurnal Teknosains Pangan*. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret. Solo. 2 (3) 16-24.
- Situmorang, S.H., dan Dilham, A. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis*. USU Press. Medan.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana. Jakarta.
- Suarni. 2009. Prospek Pemanfaatan Tepung Jagung Untuk Kue Kering (*Cookies*). *Jurnal Litbang Pertanian*. 28(2): 63-71.
- Suprapti, M.L. 2005. *Selai dan Cake Waluh*. Kanisius. Yogyakarta.
- Susilawati, Subeki, dan Azis, I,P,P. 2013. Formulasi Tepung Labu Kuning (*Cucurbita maxima*) dan Tepung Terigu Terhadap Derajat Pengembangan Adonan Dan Sifat Organoleptik Roti Manis. *Jurnal Teknologi Industri dan Hasil Pertanian*. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung. 18(1): 1-12.
- Wahyu, T. K. 2016. Karakteristik Mutu Tepung Labu Kuning (*Cucurbita moschata*) Hasil Pengeringan Metode *Foam-Mat Drying* Menggunakan *Oven Microwave*. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember. Jember.