

ABSTRAK

Alviana Rosita Dewi “Strategi Pengembangan Usaha Lanting di Industri Rumah Tangga Lanting Khasanah Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen”, Skripsi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk : mengetahui faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan usaha lanting di industri rumah tangga Lanting Khasanah Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen, mengetahui faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman, mengetahui alternatif strategi, dan mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha lanting di industri rumah tangga Lanting Khasanah Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengambilan sampel ditentukan secara *purposive sampling*. Sampel informan terdiri dari 1 informan kunci dan 9 informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatan: ada legalitas P-IRT dan Halal, lanting yang berkualitas, terdapat banyak varian rasa, produk tanpa pengawet, dan mampu memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar. Faktor kelemahan: belum melakukan promosi secara *online*, proses produksi lama, belum memiliki tenaga kerja yang memahami *digital marketing*, belum menyusun pembukuan secara sistematis, dan belum mencantumkan tanggal kadaluwarsa, produksi dan logo Halal pada kemasan. Faktor peluang: bahan baku mudah diperoleh, peluang pasar yang cukup tinggi karena adanya *reseller* dari luar pulau Jawa, permintaan meningkat saat lebaran dan tahun baru, dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan, dan kemitraan dengan toko oleh-oleh. Faktor ancaman: persaingan produk yang sejenis, persaingan harga antar produk camilan, menurunnya daya beli masyarakat, perubahan selera konsumen, dan harga bahan penunjang fluktuatif. Alternatif strategi yaitu: Memanfaatkan legalitas P-IRT dan Halal untuk memperluas pemasaran, menghadirkan varian rasa yang berbeda seperti keju pedas dan balado manis, mempertahankan kualitas produk lanting untuk menjaga loyalitas konsumen saat daya beli masyarakat menurun, mengikuti pelatihan *digital marketing* yang difasilitasi pemerintah, menyusun pembukuan dengan aplikasi pembukuan digital, menambahkan tanggal kadaluwarsa, produksi, dan logo Halal pada kemasan. Perumusan prioritas strategi yaitu: menghadirkan varian rasa yang berbeda, Memanfaatkan legalitas P-IRT dan Halal untuk memperluas pemasaran, mempertahankan kualitas produk lanting, dan menambahkan tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, dan logo Halal pada kemasan.

Kata Kunci : Strategi pengembangan, Lanting, SWOT.

ABSTRACT

Alviana Rosita Dewi, 212310067. *“Lanting Business Development Strategy in Lanting Khasanah Home Industry, Kuwarasan District, Kebumen Regency Thesis for Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, University of Muhammadiyah Purworejo 2026.*

This study aims to: identify internal factors that are strengths and weaknesses in the development of lanting business at Lanting Khasanah home industry in Kuwarasan District, Kebumen Regency, identify external factors that are opportunities and threats, identify alternative strategies, and identify priority strategies that can be applied in the development of the lanting business at Lanting Khasanah home industry in Kuwarasan District, Kebumen Regency. The research method used is qualitative. Sampling was determined using purposive sampling. The sample of informants consisted of 1 key informant and 9 supporting informants. Research result show that the strenght factors: P-IRT and Halal legality, high-quality lanting, many flavor variants, preservative-free products, and the ability to empower the local economy. Weakness factors: no online promotion, a long production process, no employees who understand digital marketing, no systematic bookkeeping, and no expiration date, production date, and Halal logo on the packaging. Opportunity factors: raw materials are easily obtained, high market opportunities due to resellers from outside Java, increased demand during Eid and New Year, government support for food MSME, and partnerships with souvenir shops. Threat factors: competition from similar products, price competition between snack products, declining purchasing power, changing consumer tastes, and fluctuating prices of supporting materials. Alternative strategies are: Utilizing P-IRT and Halal legality to expand marketing, offering different flavor variants such as spicy cheese and sweet balado, maintaining quality of lanting products to retain consumer loyalty when people's purchasing power declines, participating in digital marketing training facilitated by the government, compiling bookeeping using digital accounting applications, adding expiration dates, production, and Halal logos on packaging. The formulation of strategic priorities is: introducing different flavor variants, utilizing P-IRT and Halal certifications to expand marketing, maintaining the quality of lanting products, and adding expiration dates, production, and Halal logos to packaging.

Keywords: *Development strategy, Lanting, SWOT.*