

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Kerupuk Alami di desa Ngabul kecamatan Tahunan kabupaten Jepara, dengan beberapa narasumber yaitu narasumber eksternal dan internal yaitu dari pemerintahan Jepara dan pelaku usaha kerupuk sebagai obyek penelitian. Awal pelaksanaan penelitian pada UD. Kerupuk Alami pada tagal 26 Januari 2017 dalam penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Bersaing dalam pengembangan Produk di *Home Industry* di Desa Ngabul."

4.2 .Sejarah dan profil

4.2.1 Sejarah UD. Kerupuk Alami

Sejarah berdirinya pabrik kerupuk pada tahun 1986, awalnya ikut bekerja dengan orang bekerja di pabrik kerupuk, setelah itu saya mengumpulkan modal untuk saya buka usaha ini sendiri pada tahun 1986, awalnya meleakukan usaha ini merintis dari bawah namanya orang bekerja ada peningkatan. Dulu awal merintis usaha tempatnya ngontrak, alhamdulillah ada rejeki bisa membeli rumah sendiri, awal berkerja hanya mempunyai karyawan 3 sampai 5 orang, perusahaan berusaha meningkatkan cara berkerja dan mengembangkan produknya biar laku dan menrik konsumen. Hingga sekarang mempunyai 20 karyawan yang bekerja dan perkembangan usaha saat ini setiap tahunnya selalu meningkat hingga sekarang.

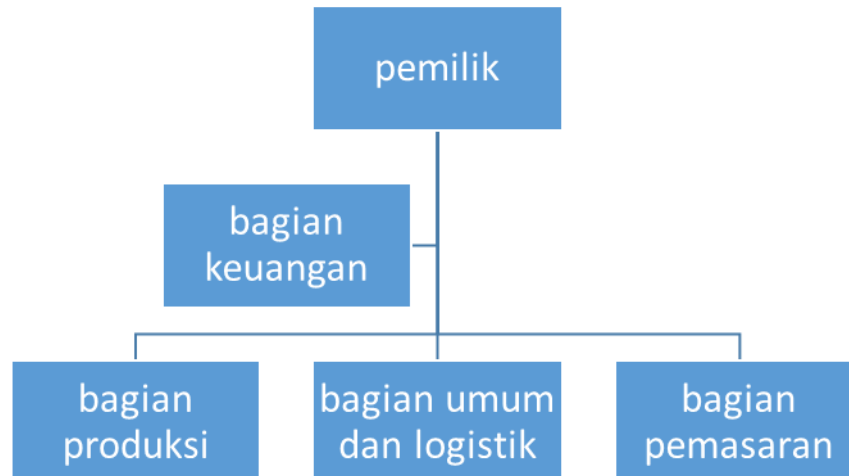
4.3 . Hasil Penelitian

Dalam pembahasan penelitian mengenai analisi strategi pengembangan produk di home industry di desa Ngabul, terdapat pembahasan yaitu:

1. Manajemen oprasional
2. Analisa SWOT Faktor internal dan Faktot eksternal
3. Strategi bersaing

4.3.1 Manajemen Operasional

Hasil penelitian mengenai manajemen oprasional yaitu:



Sumber : UD. Kerupuk alami.

Gambar 4.1

Gambaran manajemen operasional UD. kerupuk alami.

Penjabaran dari gambar diatas mengenai manajemen operasional UD Kerupuk alami, semua bagian di pegang oleh keluarga bapak H Dadan dan yang pertama di pimpin langsung oleh pemilik, dan di bantu bagian keuangan, bagian produksi, bagian umum dan bagian pemasaran dapat di jelaskan sebagai beriku:

Pemilik adalah bapak H. Dadang selaku pemilik beliau bertugas untuk membuat perencanaan, organisasi, pengawasan dan pelaksanaan, dimana pemilik melakukan juga keputusan-keputusan strategik untuk pengembangan usaha kerupuk dan membuat inovasi dalam produk krupuk

Bagian keuangan dan sekaligus serketaris yaitu istri dari bapak Dadang bagian ini merngkap menjadi adminitrasi juga dan tugasnya membuat laporan hasil penjualan kerupuk, memberikan gaji karyawan, memberikan uang untuk setiap bagian yang membutuhkan dan menghitung laaba rugi dari penjualan kerupuk selama 1 minggu atau 1 bulan sekali

Bagian produksi di pegang anak pertama dan menantu dari bapak H Dadang, mereka bertugas untuk mengawasi setiap proses produksi mulai memilih bahan baku, pencampuran adonan kerupuk, pencetakan adonan kerupuk, pengukusan adonan kerupuk, penjemuran kerupuk, pengorengan adonan kerupuk dan pembungkusan kerupuk, serta mengecek kualitas hasil produk kerupuk apakah sudah sesuai stanndar atau belum

Bagian umum dan logistik di pegang hermawan, bagian ini bertugas untuk mengawasi barang-barang yang keluar misal dalam jumlah yang sudah

benar atau tidak dari jumlah kerupuk yang di jual, pengawasan jumlah kendaraan yang keluar dan jumlah bensin, dan mengawasi bahan yang masuk misalnya bahan baku yang masuk akan di lihat sudah sesuai atau belum susai standar, dan pengawasan bahan bahan penolong untuk produksi kerupuk, dan tugasnya untuk mendistribusikan bahan baku dan bahan penolong untuk produksi.

Bagian pemasaran di pegang oleh menantu, bertugas untuk menditribusikan kerupuk ke pasar di seluruh Jepara dan juga melakukan kegiatan pemasaran melalui pengiriman ke pemasok atau distributor kerupuk di Jepara dan melayani penjualan langsung ecer maupun jumlah besar di pabrik kerupuk.

4.3.2 Analisa SWOT

Dari hasil penelitian tersebut yang di lakuakn di UD. Kerupuk Alami yang terdapat di desa Ngabul Tahunan Jepara, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT, dari faktor internal dan faktor eksternal dalam strategi bersaing serta pengembangan produk dan mencari strategi yang tepat untuk pengembangan produk usahanya.

Tabel 4.1

Tabel hasil wawancara dari Pemilik dan Karyawan.

| | |
|--------------|---|
| 1. Kekuatan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa yang enak dan gurih 2. Kualitas bahan baku yang digunakan 3. Harga yang terjangkau 4. Kualitas produk yang baik 5. Variasi produk yang bermacam-macam |
| 2. Kelemahan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sulitnya mendapatkan karyawan 2. Ketersedian bahan baku |

| | |
|------------|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 3. Kegagalan produksi 4. Belum adanya SOP didalam perusahaan |
| 3. Peluang | <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan produk yang meningkat 2. Pengembangan usaha |
| 4. Ancaman | <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pendatang baru 2. Telatnya pngiriman bahan baku 3. Persaingan harga 4. Cuaca berpengaruh pada proses pengeringan 5. Banyaknya pesaing dalam produk yang sama |

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, perusahaan mempunyai kekuatan pada segi rasa yang enak, gurih dan harga yang terjangkau, perusahaan UD. Kerupuk Alami selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan menghasilkan produk yang mempunyai rasa yang menjadikan kekuatan perusahaan, selain mempunyai rasa yang enak harga juga menjadikan kekuatan perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lain. Selain itu bahan baku yang digunakan mempunyai kualitas yang baik sehingga mnghasilkan produk yang baik juga. Perusahaan UD. Kerupuk Alami menggunakan bahan baku yang baik untuk memproduksi atau menghasilkan produk yang berkualitas. Perusahaan juga melakukan inovasi dengan membuat variasi produk yang bermacam-macam, misalnya tidak hanya kerupuk kerung saja, akan tetapi ada kerupuk ikan, kerupuk kulit, dll, sehingga konsumen tidak merasa jenuh terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Dari segi kelemahan, perusahaan merasa sulit untuk mendapatkan karyawan, apalagi kurangnya minat dari masyarakat sekitar untuk bekerja diperusahaan tersebut, karna masyarakat sekitar lebih memilih bekerja di pabrik lain, hal ini dikarenakan tidak adanya jam kerja yang tetap di UD.

Kerupuk Alami, karena jam kerja diperusahaan tersebut tidak menentu, tergantung banyaknya permintaan. Faktor kelemahan lainnya adalah telatnya distribusi bahan baku dari pemasok mengakibatkan ketersediaan bahan baku digudang mengalami kendala dalam menunjang proses produksi, hal ini berdampak pada output yang dihasilkan tidak bisa maksimal. Kegagalan produksi dalam hal ini disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya pada saat pencetakan yang tidak sesuai bentuk, minyak yang kurang panas pada saat penggorengan membuat kerupuk tidak bisa mengembang sempurna. SOP memang sangat penting dalam perusahaan, di UD. Kerupuk Alami sendiri belum menggunakan SOP dalam kegiatan produksi pembuatan kerupuk, yang mengakibatkan hasil produksinya tidak sama antara produk satu dengan produk lainnya.

Dari segi peluang, permintaan produk yang meningkat pada saat musim-musim tertentu ini menjadikan peluang perusahaan untuk bisa meningkatkan penjualan produknya, selain pada musim-musim tertentu minat masyarakat terhadap produk kerupuk memang sangat besar, karena mayoritas masyarakat banyak yang suka akan produk ini, hal inilah yang mendorong perusahaan untuk membuka cabang baru diluar Jepara untuk memperbesar jaringan perusahaan.

Dari segi ancaman, munculnya pendatang baru mengakibatkan perusahaan harus berfikir lebih inovatif untuk mempertahankan produknya bahkan mengembangkan produknya. Telatnya pasokan bahan baku membuat perusahaan secara tidak langsung mempengaruhi proses produksi, apalagi pada saat permintaan

meningkat. Banyaknya pesaing terhadap produk yang sama saat ini membuat persaingan harga meningkat, perusahaan harus pintar-pintar mengelola perusahaan dan mempertahankan harga yang sudah ada dan menambah kualitas produknya, sehingga perusahaan tetap bertahan dan mampu bersaing dengan pesaingnya. Ancaman lain yaitu proses pengeringan, hal ini cuaca sangat berperan penting terhadap proses pengeringan, dengan cuaca yang baik, dapat menghasilkan produk menjadi kering maksimal, sehingga produk yang dihasilkan nantinya akan baik pula.

Tabel 4.2
Tabel hasil wawancara dari konsumen

| | |
|--------------|--|
| 1. Kekuatan | 1. Rasa yang enak dan gurih 2. Harga produk yang terjangkau 3. Bentuk produk |
| 2. Kelemahan | 1. Ukuran yang tidak konsisten 2. Takaran pengemasan yang berbeda |
| 3. Peluang | 1. Banyak orang yang suka makan krupuk |
| 4. Ancaman | 1. Persaingan harga 2. Banyaknya pesaing |

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa, perusahaan mempunyai kekuatan dari segi rasa yang enak dan gurih, selain rasa yang enak, harga yang terjangkau membuat konsumen tetap bertahan dan memilih produk ini dibandingkan produk krupuk yang lainnya. Selain itu bentuk produk yang disukai konsumen menjadikan kekuatan lain dalam perusahaan.

Dari segi kelemahan, ukuran yang tidak konsisten, dalam hal ini ukuran kerupuk yang terkadang tebal, terkadang tipis, membuat konsumen mencoba beralih ke produk kerupuk lainnya, ukuran bentuk yang tidak konsisten diakibatkan oleh naiknya harga bahan baku, hal ini membuat perusahaan mencoba mempertahankan harga yang sama tanpa mengurangi kualitas rasa,

namun perusahaan mengurangi ukuran kerupuk sesuai dengan naiknya harga bahan baku, sehingga konsumen tetap bisa membeli produk dengan harga yang sama tapi dengan ukuran yang berbeda. Selain itu takaran pengemasan yang berbeda, dalam hal ini proses pengemasan kerupuk yang secara manual membuat takaran pengemasan tidak sama antar produk satu dengan produk lainnya, hal ini disebabkan oleh ukuran produk yang tidak konsisten membuat proses pengemasan tidak sama rata.

Dari segi peluang, banyaknya minat konsumen terhadap produk ini, dikarenakan mayoritas masyarakat suka mengonsumsi produk ini sebagai cemilan atau lauk makanan.

Dari segi ancaman, banyaknya pesaing dalam produk yang sama membuat permainan harga dipasaran menjadi berubah-ubah, hal ini membuat perusahaan harus berfikir lebih untuk mempertahankan konsumen agar tetap bertahan, dengan kualitas yang dimiliki perusahaan, perusahaan harusnya tidak perlu khawatir dengan adanya persaingan harga, karena perusahaan memiliki kualitas produk.

4.3.3 Analisis Faktor EFAS dan IFAS

Tabel 4.3
Analisa factor EFAS dan IFAS UD. Kerupuk Alami.

| Factor-faktor Internal & Eksternal | Bobot | Rating | Nilai Skor |
|------------------------------------|-------|--------|------------|
| Kekuatan | | | |
| 1. Rasa yang enak | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 2. Kualitas kerupuk | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. Harga yang murah | 0.15 | 4 | 0,6 |
| 4. Bahan Baku | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 5. Bentuk Produk | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 6. Variasi Produk | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Total | 0,55 | 17 | 1,8 |

| | | | |
|-------------------------------------|------|----|------|
| Kelemahan | | | |
| 1. Kurangnya keryawan | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 2. Ketersediaan Bahan Baku | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. kegagalan Produksi | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 4. SOP | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 5. Ukuran yang tidak konsisten | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 6. Takaran pengemasan | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Total | 0,45 | 15 | 1,3 |
| Peluang | | | |
| 1. Permintaan produk yang meningkat | 0,14 | 2 | 0,28 |
| 2. banyak orang suka makan kerupuk | 0,2 | 4 | 0,8 |
| 3. Pengembangan usaha | 0,14 | 2 | 0,28 |
| Total | 0,48 | 8 | 1,36 |
| Ancaman | | | |
| 1. Munculnya Pemandang Baru | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 2. Telatnya Pengiriman Bahan Baku | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 3. Persaingan harga | 0,11 | 2 | 0,22 |
| 4. Proses Pengeringan | 0,11 | 2 | 0,22 |
| Total | 0,52 | 10 | 1,34 |

Sumber data yang telah diolah 2018

4.4 PEMBAHASAN

Dalam pembahasan penelitian mengenai analisi strategi pengembangan produk di *home industry* di desa Ngabul, terdapat pembahasan yaitu:

1. Manajemen operasional
2. Analisa SWOT Faktor internal dan Faktot eksternal
3. Strategi bersaing

4.4.1. Manajemen Operasional.

Manajemen operasional adalah merupakan kegiatan mengatur, mengelola, secara optimal atas sumber daya yang tersedia dalam suatu proses tranformasi, sehingga menjadi output yang mempunyai manfaat lebih dai sebelumnya (Mitra Bestari 2004).

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian mengenai manajemen operasional yang ada pada UD. Kerupuk Alami sebagai berikut:

Pemilik adalah bapak H. Dadang selaku pemilik beliau bertugas untuk membuat perencanaan, organisasi, pengawasan dan pelaksanaan, dimana pemilik melakukan juga keputusan-keputusan strategik untuk pengembangan usaha kerupuk dan membuat inovasi dalam produk kerupuk

Bagian keuangan dan sekaligus sekretaris yaitu istri dari bapak Dadang bagian ini merangkap menjadi administrasi juga dan tugasnya membuat laporan hasil penjualan kerupuk, memberikan gaji karyawan, memberikan uang untuk setiap bagian yang membutuhkan dan menghitung laba rugi dari penjualan kerupuk selama 1 minggu atau 1 bulan sekali

Bagian produksi di pegang anak pertama dan menantu dari bapak H Dadang, mereka bertugas untuk mengawasi setiap proses produksi mulai memilih bahan baku, pencampuran adonan kerupuk, pencetakan adonan kerupuk, pengukusan adonan kerupuk, penjemuran kerupuk, pengorengan adonan kerupuk dan pembungkusan kerupuk, serta mengecek kualitas hasil produk kerupuk apakah sudah sesuai standar atau belum

Bagian umum dan logistik di pegang anak hermawan, bagian ini bertugas untuk mengawasi barang-barang yang keluar misal dalam jumlah yang sudah benar atau tidak dari jumlah kerupuk yang di jual, pengawasan jumlah kendaraan yang keluar dan jumlah bensin, dan mengawasi bahan yang masuk misalnya bahan baku yang masuk akan di lihat sudah sesuai atau belum sesuai

standar, dan pengawasan bahan bahan penolong untuk produksi kerupuk, dan tugasnya untuk mendistribusikan bahan baku dan bahan penolong untuk produksi.

Bagian pemasaran di pegang oleh menantu, bertugas untuk mendistribusikan kerupuk ke pasar di seluruh Jepara dan juga melakukan kegiatan pemasaran melalui pengiriman ke pemasok atau distributor kerupuk di Jepara dan melayani penjualan langsung ecer maupun jumlah besar di pabrik kerupuk.

4.4.2. Faktor Internal

Pembahasan penelitian faktor intrnal perusahaan UD. Kerupuk Alami dengan teknik trianggulasi, dan dengan mengacu dari wawancara oleh informan 1,2,3,4 dan 5 serta pendapat dari ahli adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan

Tabel 4.4 hasil perhitungan kekuatan Ifas, Efas UD. Kerupuk Alami.

| | | | |
|---------------------|------|----|-----|
| Kekuatan | | | |
| 1. Rasa yang enak | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 2. Kualitas kerupuk | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. Harga yang murah | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 5. Bahan Baku | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 6. Bentuk Produk | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 7. Variasi Produk | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Total | 0,55 | 17 | 1,8 |

2. Kelemahan

Tabel 4.5 hasil perhitungan kelemahan Ifas, Efas UD. Kerupuk Alami.

| | | | |
|--------------------------------|------|----|-----|
| Kelemahan | | | |
| 1. Kurangnya keryawan | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 2. Ketersediaan Bahan Baku | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3. kegagalan Produksi | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 4. SOP | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 5. Ukuran yang tidak konsisten | 0,05 | 2 | 0,1 |
| 6. Takaran pengemasan | 0,05 | 2 | 0,1 |
| Total | 0,45 | 15 | 1,3 |

Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kekuatan perusahaan lebih menonjol di bandingkan kelemahan perusahaan, dengan nilai kekuatan sebesar 1,8 dan nilai kelemahan sebesar 1,3 dari hasil tersebut kekuatan perusahaan yang lebih dominan adalah pada rasa yang enak dan harga yang murah dengan rating 4 atau nilai 0,6.

4.4.3. Faktor Eksternal

Pembahasan penelitian faktor eksternal perusahaan UD. Kerupuk Alami dengan teknik triangulasi, dan dengan mengacu dari wawancara oleh informan 1, 2,3,4 dan 5 serta pendapat dari ahli adalah sebagai berikut:

1. Peluang

Tabel 4.6 hasil peluang perhitungan Ifas, Efas UD. Kerupuk Alami.

| | | | |
|-------------------------------------|------|---|------|
| Peluang | | | |
| 1. Permintaan produk yang meningkat | 0,1 | 2 | 0,28 |
| 2. Banyak orang suka makan kerupuk | 0,2 | 4 | 0,8 |
| 3. Pengembangan usaha | 0,14 | 2 | 0,28 |
| Total | 0,48 | 8 | 1,36 |

2. Ancaman

Tabel 4.7 hasil ancaman perhitungan Ifas, Efas UD. Kerupuk Alami.

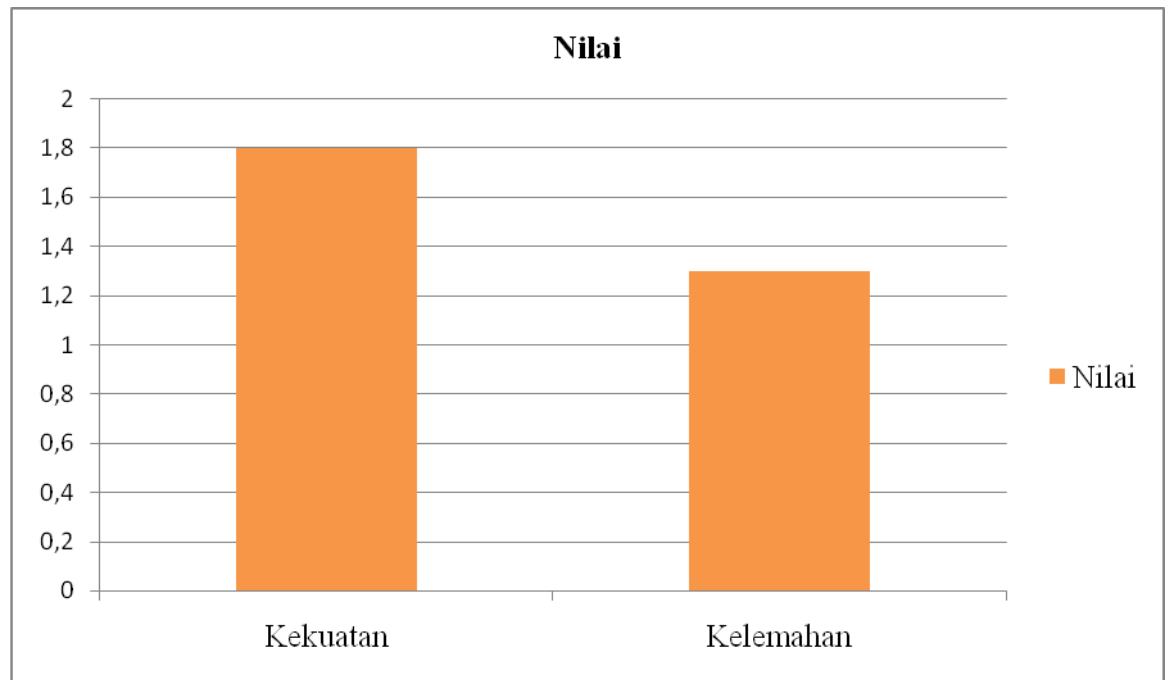
| | | | |
|-----------------------------------|------|----|------|
| Ancaman | | | |
| 1. Munculnya Pendatang Baru | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 2. Telatnya Pengiriman Bahan Baku | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 3. Persaingan Harga | 0,11 | 2 | 0,22 |
| 4. Proses Pengeringan | 0,11 | 2 | 0,22 |
| Total | 0,52 | 10 | 1,34 |

Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa ancaman yang ada dalam perusahaan lebih menonjol di bandingkan peluang perusahaan, dengan nilai peluang sebesar 1,36 dan nilai ancaman sebesar 1,34. Dari hasil tersebut peluang perusahaan yang lebih dominan adalah pada banyaknya orang yang suka makan krupuk, dengan rating 4 atau nilai 0,8.

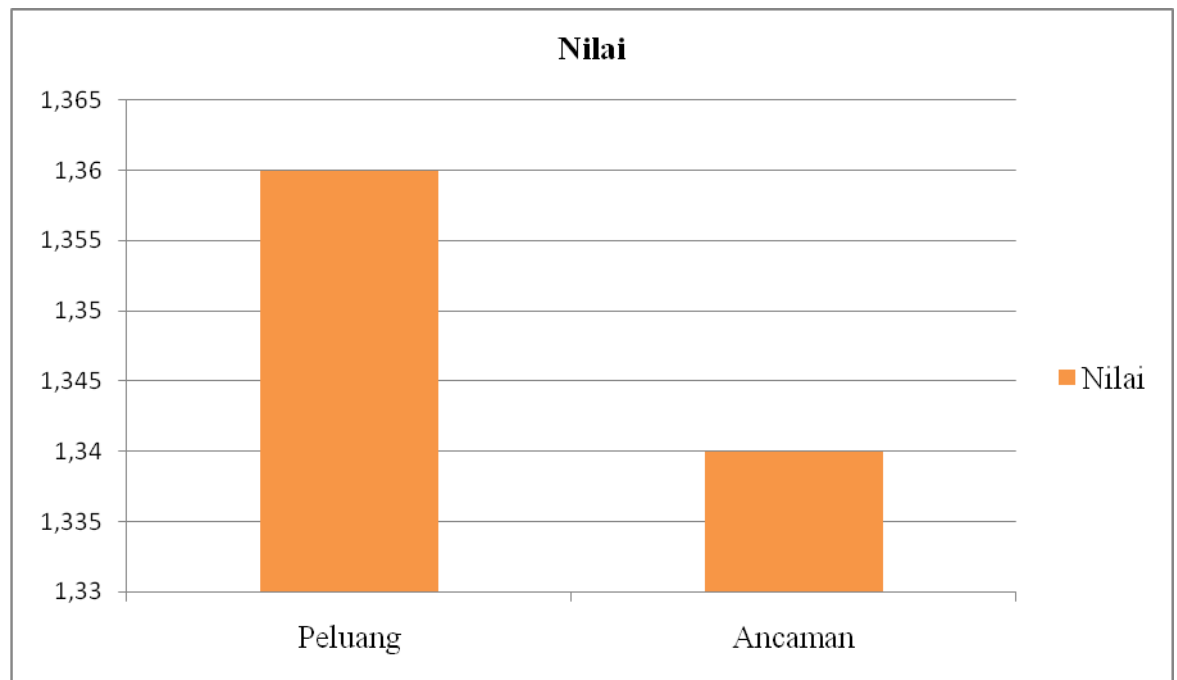
4.4.4 Grafik IFAS EFAS

Data grafik perhitungan IFAS, EFAS di perusahaan UD. Kerupuk Alami.

1. Grafik IFAS

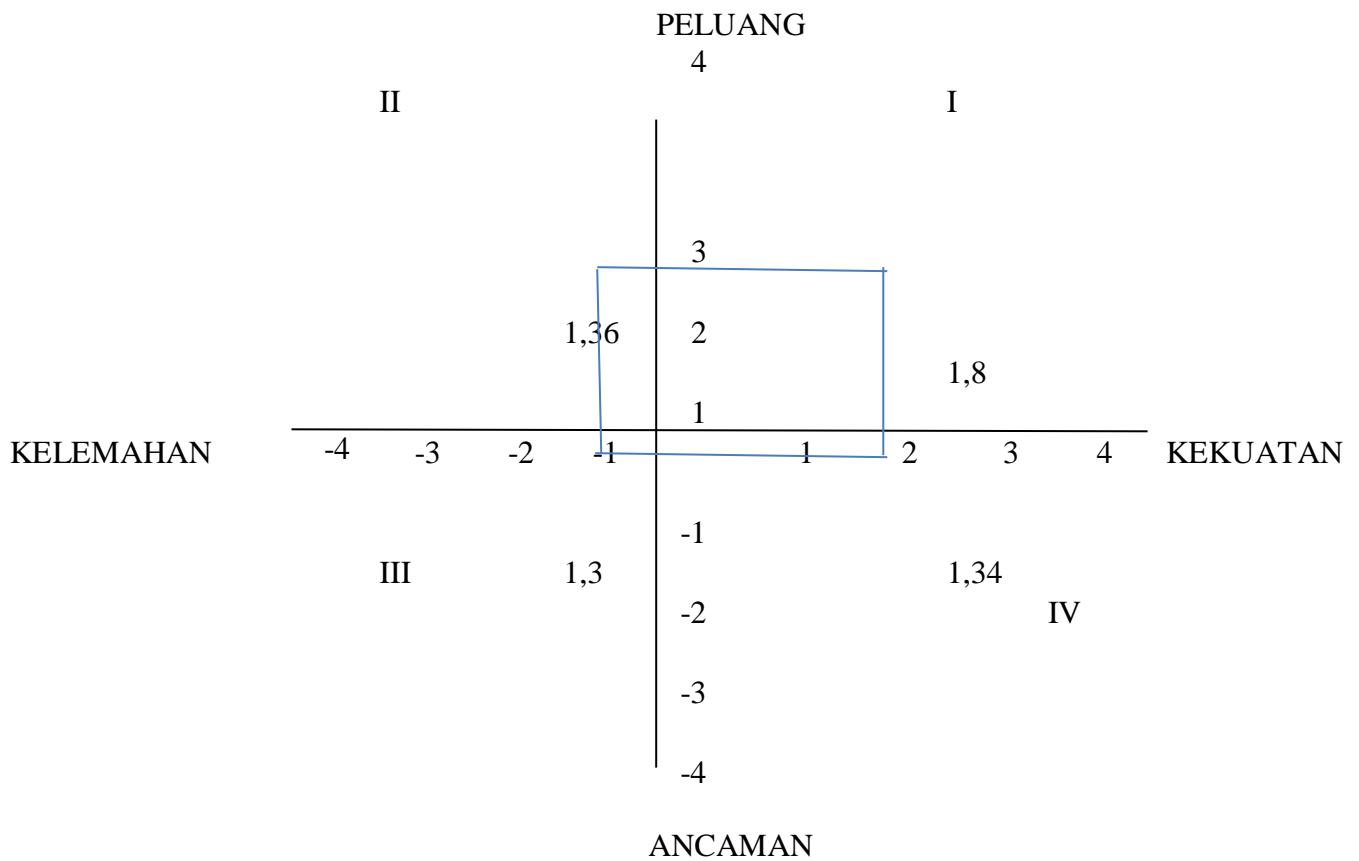


Grafik EFAS



Gambar 4.1 Grafik hasil perhitungan Ifas Efas di UD. Kerupuk Alami

Berdasarkan grafik diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa posisi perusahaan mempunyai keunggulan internal pada kekuatan dengan nilai 1.8, pada faktor eksternal perusahaan mempunyai keunggulan pada peluang dengan nilai 1.36.



Gambar 4.2.
Analisis SWOT dan Strategi Bersaing.

Table 4.8
Tabel hasil perhitungan arah strategi UD. Kerupuk Alami.

| Kuadran | Posisi Matrick | Luas Matrick | Rangking |
|---------|----------------|--------------|----------|
| I | (1.8 x 1.36) | 2.448 | 1 |
| II | (-1.3 x 1.36) | -1.768 | 4 |
| III | (-1.3 x -1.34) | 1.742 | 2 |
| IV | (1.8 x -1.34) | -2.412 | 3 |

| | | PERTUMBUHAN PASAR INGGI | |
|------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------|
| | II | | I |
| | 1. penguatan pasar | 1. penguatan pasar | |
| | 2. penetrasi pasar | 2. penetrasi pasar | |
| | 3. penguatan produk | 3. penguatan produk | |
| | 4. intregrasi horisontal | 4. integrasi kedepan | |
| | 5. penciutan bisnis | 5. integrasi kebelakang | |
| | 6. pengurangan | 6. integasi horidontal | |
| PERSAINGAN LEMAH | | 7. deversifikasi kosentrik | PERSAINGAN KUAT |
| | III | | IV |
| | 1. penciutan bisnis | 1. divers.konsentrik | |
| | 2. likuidasi | 2.devisi horisontal | |
| | 3. divers.konsentrik | 3. devisi konglomerasi | |
| | 4. divers horisontal | 4. usaha patung | |
| | 5. divers konglomerasi | 5. Outsoueching | |
| | 6. pengurangan | 6. benchmarking | |
| | | | PERTUMBUHAN PASAR |

Gambar 4.3
Gambar arah strategi UD. Kerupuk Alami.

4.4.5. Strategi Bersaing

Berdasarkan grafik arah strategi, dapat disimpulkan bahwa jika dilihat dari perhitungan masing-masing kuadran posisi perusahaan UD. Kerupuk alami berada pada posisi kuadran I dengan luas matrik 2,448 (persaingan kuat). Dalam posisi kuadran I terdapat beberapa pilihan strategi diantaranya, pengembangan pasar, penetrasi pasar pengembangan produk, integrasi kedepan, integrasi kebelakang, integrasi horizontal, dan diversifikasi konsentrik.

Berdasarkan grafik analisis SWOT diatas dengan melihat grafik nilai IFAS EFAS dapat disimpulkan bahwa posisi perusahaan UD. Kerupuk Alami berada pada posisi kekuatan pada faktor internalnya, dan peluang pada faktor eksternalnya, dan strategi yang harus dilakukan perusahaan adalah strategi intensif atau Penetrasi Pasar

Jadi dilihat dari matrik arah strategi, terdapat beberapa pilihan strategi, dan perusahaan UD. kerupuk alami lebih condong kearah penetrasi pasar karena jika dilihat pada analisa swot perusahaan lebih kuat pada factor kekuatan dan peluang, Strategi SO berupaya untuk menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dalam hal ini strategi yang diterapkan adalah Penetrasi pasar yaitu strategi intensif (*intensive strategies*) kerana strategi membutuhkan usaha intensif jika posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada saat ini akan membaik. Penetrasi pasar merupakan strategi pertumbuhan perusahaan dengan meningkatkan penjualan produk pada

segmen pasar saat ini tanpa mengubah produk. Penetrasi pasar dilakukan agar dapat mencari pasar yang lebih besar untuk produk yang sudah ada dengan melakukan pemasaran yang lebih gencar. Strategi penetrasi pasar diantaranya adalah menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, sehingga pelanggan semakin bertambah, dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualannya.

