

Strategi Pengembangan untuk UKM Abon Ayam Cap Jago di Purwokerto

Title	Strategi Pengembangan untuk UKM Abon Ayam Cap Jago di Purwokerto
Author Order	1 of 3
Accreditation	
Abstract	<p>Perusahaan Abon Cap Jago merupakan Usaha Kecil Menengah di Purwokerto yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Namun seiring waktu, persaingan usaha sejenis semakin ketat. Perusahaan menyadari perlu adanya upaya memenangkan persaingan dengan cara memperbaiki berbagai atribut abon Cap Jago yang masih lemah berdasarkan penilaian kepuasan dan kepentingan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menentukan atribut yang menjadi prioritas perbaikan dan mendapatkan strategi perbaikan untuk UKM abon ayam Cap Jago. Penelitian dilakukan dengan observasi dan survey dengan alat bantu kuesioner secara purposive sampling kepada konsumen yang berjumlah 100 orang, dianalisis dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan atribut yang menjadi prioritas perbaikan adalah metode promosi melalui diskon, umur simpan produk, dan tekstur abon ayam. Strategi untuk perbaikan abon ayam Cap Jago meliputi pemberian potongan harga untuk pembelian dalam jumlah banyak, penggantian kemasan dengan jenis polipropilen (PP), penambahan kalimat berisi saran pada label kemasan tentang penyimpanan dan penggunaan produk setelah kemasan dibuka, penambahan jumlah karyawan yang menangani daging ayam segar, pengurangan waktu perebusan daging ayam, penggunaan alat pengukur suhu dan waktu untuk perebusan dan penggorengan, serta penyusunan SOP (Standard Operation Procedure) yang lengkap</p>
Publisher Name	Institut Pertanian Bogor
Publish Date	2021-01-27
Publish Year	2020
Doi	DOI: 10.29244/mikm.15.1.40-47
Citation	
Source	MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah
Source Issue	Vol. 15 No. 1 (2020): Manajemen IKM
Source Page	40-47
Url	http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/34300/21013
Author	Dr ERVINA MELA, S.T, M.Si