

ANALISIS STRATEGI KONTINUITAS BISNIS PRODUK OLAHAN PANGAN KWT NINE SERU DI DESA LANTAN

ANALYSIS OF BUSINESS CONTINUITY STRATEGIES FOR PROCESSED FOOD PRODUCTS KWT NINE SERU IN LANTAN VILLAGE

**Sri Mulyawati*, Tajidan, Efendy, F.X. Edy Fernandez, Sharfina Nabilah,
Ni Luh Mira Puspayani**

¹Program Studi Agribisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: srimumlyawati@unram.ac.id

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani Nine Seru di Desa Lantan adalah salah satu kelompok ekonomi produktif yang bergerak pada usaha pengolahan sumber daya alam menjadi produk olahan pangan, seperti keripik pisang dan keripik talas. KWT Nine Seru merasa cukup sulit untuk bertahan pada kondisi persaingan saat ini dan membutuhkan strategi yang tepat untuk menjaga usahanya tetap eksis. Salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk memperoleh strategi yang tepat adalah analisis SWOT. Dengan analisis SWOT, pelaku usaha dapat memilih beberapa alternatif strategi yang akan digunakan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal usaha. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi kontinuitas bisnis bagi produk olahan pangan KWT Nine Seru. Metode pengumpulan data menggunakan FGD dan wawancara mendalam kepada responden. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan evaluasi faktor internal dan eksternal dan analisis SWOT. Lokasi penelitian yaitu di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. Responden terdiri dari 21 orang pelaku usaha yang tergabung dalam KWT Nine Seru. Hasil penelitian menumakan bahwa strategi yang direkomendasikan adalah strategi ST atau strategi yang berfokus terhadap optimalisasi kekuatan dengan meminimalisir ancaman, yaitu dengan menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar agar produk tersebut mampu bertahan menghadapi ketatnya persaingan.

Kata-Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi, Kontinuitas, Bisnis, Produk Olahan Pangan

ABSTRACT

The Nine Seru Women Farmers Group in Lantan Village is one of the productive economic groups engaged in the business of processing natural resources into processed food products, such as banana chips and taro chips. KWT Nine Seru finds it quite difficult to survive in the current competitive conditions and needs the right strategy to keep its business in existence. One of the analysis methods that can be used to obtain the right strategy is SWOT analysis. With SWOT analysis, business actors can choose several alternative strategies to be used in accordance with the internal and external conditions of the business. Therefore, the purpose of this research is to formulate a business continuity strategy for KWT Nine Seru's processed food products. The data collection method used FGDs and in-depth interviews with respondents. The data obtained were then analyzed using internal and external factor evaluation and SWOT analysis. The research location is in Lantan Village, North Batukliang District, Central Lombok Regency. Respondents consisted of 21 business people who are members of KWT Nine Seru. The results showed that the recommended strategy is the ST strategy or a strategy that focuses on optimizing strengths by minimizing threats, namely by applying the selling price according to the market price so that the product can survive in the face of intense competition.

Keywords: SWOT Analysis, Strategy, Continuity, Business, Processed Food Products

PENDAHULUAN

Kelompok Wanita Tani (KWT) Nine Seru adalah salah satu kelompok ekonomi produktif yang terletak di Desa Lantan Kabupaten Lombok Tengah. KWT Nine Seru aktif membuat produk olahan pangan seperti keripik pisang dan keripik talas (Mulyawati et al., 2023). Produk tersebut selanjutnya dijual kepada konsumen di sekitar lokasi produksi, seperti warung-warung terdekat dan juga dijual kepada *reseller* dengan sistem *pre-order*.

Sistem pemasaran seperti ini belum cukup efektif untuk memaksimalkan keuntungan yang diperoleh. KWT Nine Seru merasa cukup sulit untuk dapat bertahan selama sekian tahun karena belum memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan atau mengembangkan usahanya.

Strategi merupakan serangkaian rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang dilengkapi dengan prosedur sistematis untuk mencapai tujuan tersebut (Julia & Masyuroh, 2022). Menurut Zamzami & Sahana (2021), strategi dapat dikatakan sebagai suatu proses implementasi misi perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan. Strategi disusun untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, mengurangi risiko ancaman yang mungkin dihadapi, dan mengoptimalkan peluang yang dimiliki, serta memaksimalkan kekuatan yang ada. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menemukan strategi berdasarkan kondisi internal dan eksternal usaha adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Analisis SWOT merupakan teknik analisis data untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada. Tujuan dari analisis SWOT adalah mengoptimalkan keberadaan faktor-faktor internal dan eksternal untuk mencapai tujuan perusahaan dan menetapkan strategi bisnis yang tepat (Fitriwati et al., 2023). Strategi bisnis dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui keunggulan kompetitif secara berkelanjutan, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal dan internal, serta adanya perencanaan, implementasi, dan evaluasi yang efektif (Firmansyah et al., 2023). Sebuah usaha harus mampu beradaptasi dengan segala kemungkinan perubahan internal dan eksternal agar tidak tenggelam dalam persaingan bisnis yang ketat, hal serupa juga berlaku bagi KWT Nine Seru apabila ingin bertahan dalam bisnis yang sedang dijalankan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mulyawati, Febrilia, et al., (2023), salah satu produk olahan pangan yang diproduksi oleh KWT Nine Seru layak untuk dijalankan, namun hal itu tidak menjamin bahwa usaha tersebut dapat berkembang dan bertumbuh dengan baik. Diperlukan strategi kontinuitas bisnis yang tepat untuk menentukan langkah-langkah efektif yang akan diimplementasikan sebagai upaya menumbuhkembangkan usaha. Strategi kontinuitas bisnis fokus pada upaya keberlanjutan usaha dan bagaimana mengoptimalkan setiap aspek yang dimiliki saat ini. Strategi kontinuitas bisnis bisa saja berbeda dengan strategi yang disusun pada saat sebuah usaha baru dibentuk. Untuk memulai sebuah usaha baru, hal yang ditekankan adalah inovasi dan kreativitas, baik untuk menciptakan peluang pasar maupun menciptakan nilai tambah suatu produk (Nasution, 2022).

Penelitian terdahulu terkait strategi kontinuitas bisnis dilakukan oleh Rusminah et al., (2023) dengan menggunakan analisis SWOT di UMKM Kabupaten Lamongan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan UMKM yaitu meningkatkan kemampuan beradaptasi dengan teknologi dan memupuk jiwa wirausaha yang tinggi sehingga mampu menghadapi pesaing. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ella & Andari (2022), tentang manajemen kontinuitas bisnis BUMDes di Desa Wisata Kertayasa. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat tiga elemen penting yang perlu diperhatikan dalam mengelola bisnis, yaitu adanya tindakan pencegahan (*preventive measures*), perlunya mengatur kesiapan (*preparedness arrangements*), dan adanya pilihan-pilihan solusi untuk menangani kemungkinan masalah yang terjadi (*response options*). Kedua penelitian tersebut tentu saja menghasilkan strategi yang berbeda, meski sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, namun objek yang diteliti memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda, sehingga mempengaruhi hasil penelitian.

Penelitian lain untuk menemukan strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT dilakukan oleh Tambunan & Agushinta R., (2020). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa perusahaan dapat menggunakan strategi agresif untuk menumbuh-kembangkan usaha dan melakukan ekspansi. Strategi agresif diperoleh ketika analisis kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman yang dimiliki perusahaan berada pada kuadran I, yaitu kombinasi antara kekuatan dan peluang. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Miharja, (2018) yaitu menentukan strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian tersebut menghasilkan strategi diversifikasi untuk membantu perusahaan mempertahankan usahanya. Strategi diversifikasi berada pada kuadran II yang merupakan kombinasi dari kekuatan dan ancaman. Kedua penelitian tersebut menghasilkan strategi yang berbeda pula, tergantung respon perusahaan terhadap kondisi internal dan eksternal yang sedang di alami.

Beberapa penelitian terdahulu menghasilkan strategi yang berbeda-beda, tergantung situasi dan kondisi yang dialami perusahaan saat ini. Masalah yang dihadapi KWT Nine Seru yang merasa cukup kesulitan untuk mampu bertahan menghadapi ketatnya persaingan pasar saat ini menjadi urgensi penelitian ini. Oleh karena itu, maka perlu dilakukan penelitian pada KWT Nine Seru untuk memperoleh strategi yang tepat sebagai upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi kontinuitas bisnis produk olahan pangan KWT Nine Seru di Desa Lantan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena mencoba untuk memahami suatu masalah beserta gejala-gejala yang dihadapi, kemudian membuat sebuah kesimpulan secara objektif sesuai dengan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan (Harahap, 2020). Kesimpulan yang diperoleh tidak dapat digunakan secara general, karena hanya terbatas pada objek yang sedang diteliti. Penelitian dilakukan di Dusun Gubuk Makam, Desa Lantan, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah pada bulan Maret hingga bulan Juli 2024. Data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara kepada responden, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui kajian literatur. Teknik pengumpulan data meliputi observasi atau pengamatan langsung terhadap kondisi usaha KWT Nine Seru dan wawancara kepada responden yang telah ditentukan, serta FGD. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dan beberapa daftar pertanyaan terbuka untuk menambah informasi-informasi terkait yang diperlukan.

Prosedur pengumpulan data diawali dengan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama dengan 21 orang anggota KWT Nine Seru. FGD ini dilakukan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kondisi usaha KWT Nine Seru. Tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi faktor internal (*Internal Factor Evaluation/IFE*) dan evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation/EFE*) dengan memberikan bobot dan skor (Sakinah et al., 2024). Tahap terakhir yaitu melakukan analisis SWOT untuk memperoleh beberapa alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi usaha (Fadli & Utama FR, 2023). Analisis SWOT dapat digunakan untuk menilai kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) perusahaan (Mardiah et al., 2023). Prosedur analisis data dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Prosedur Analisis Data KWT Nine Seru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 21 orang responden, yaitu anggota aktif KWT Nine Seru. Seluruh responden merupakan pelaku usaha yang merasakan kondisi internal dan eksternal secara langsung. Jenis kelamin responden seluruhnya adalah perempuan. Distribusi usia responden cukup beragam, mulai dari 20 hingga 60 tahun. Menurut WHO (*World Health Organization*) usia produktif manusia yaitu berkisar antara 15-59 tahun, sedangkan menurut BPS usia produktif masyarakat di Indonesia berkisar antara 15-64 tahun (Goma et al., 2021).

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Tahap pertama yang dilakukan untuk memulai penelitian ini adalah melakukan FGD, yaitu proses pengumpulan data kualitatif untuk menggali pendapat responden terkait lingkungan internal dan eksternal yang dialami selama ini. Melalui FGD peneliti dalam mendalami persepsi dan sikap responden terhadap objek yang diteliti (Sugarda, 2020). Lingkungan internal yang dimaksud adalah kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Aspek yang dinilai untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan ini, antara lain aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, dan aspek produksi.

Sedangkan lingkungan eksternal yang dimaksud adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Adapun aspek yang dinilai untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dibagi menjadi dua, yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro terdiri dari pemasok dan kondisi pembeli, sedangkan lingkungan makro terdiri dari kondisi ekonomi secara umum, perkembangan teknologi, dan ancaman produk substitusi. Aspek-aspek tersebut selanjutnya dikembangkan selama pelaksanaan *Focus Group Discussion*, sehingga menghasilkan beberapa faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan, serta faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman yang direspon oleh usaha KWT Nine Seru. Hasil FGD identifikasi faktor internal dan eksternal KWT Nine Seru dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal KWT Nine Seru

No	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
1	Adanya struktur organisasi yang jelas pada KWT Nine Seru	Tidak ada perencanaan produksi secara berkelanjutan
2	Pembagian kerja sama rata sesuai dengan kemampuan masing-masing anggota	Tidak ada analisis segmentasi konsumen
3	Kegiatan evaluasi pekerjaan dilakukan bersama-sama	Penjualan dilakukan secara <i>offline</i> di sekitar lokasi produksi
4	Memperhatikan dan mempertimbangkan selera konsumen	Hanya sedikit anggota yang memiliki kompetensi khusus
5	Menggunakan sistem jual beli putus untuk menghindari retur	Tidak ada mesin produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha
6	Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi	-
7	Semua anggota memiliki kompetensi yang sama	-
8	Memperhatikan kualitas produk akhir	-

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal KWT Nine Seru

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1	Pemasok berasal dari petani lokal	Meningkatnya harga bahan baku karena kondisi ekonomi yang tidak stabil
2	Pemasok menyediakan bahan baku dengan kualitas yang baik	Kesulitan memperoleh akses permodalan
3	Kekuatan pembeli cukup besar dilihat dari jumlah pembelian	Kurangnya kemampuan penggunaan teknologi
4	Mengamati perubahan volume pembelian konsumen	Beberapa Jenis bahan baku sulit ditemukan pada satu pemasok
5	-	Sulit untuk mencari pemasok lain
6	-	Banyaknya produk substitusi lain

Sumber: Data primer diolah (2024)

Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal

Tahap selanjutnya setelah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) adalah melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor tersebut dengan memberikan bobot dan rating. Hasil evaluasi faktor internal KWT Nine Seru dapat dilihat pada tabel 3 matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) KWT Nine Seru.

Tabel 3. Matriks IFE KWT Nine Seru

No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Total skor
Kekuatan				
1	Adanya struktur organisasi yang jelas pada KWT	0,088	4	0,310
2	Pembagian kerja sama rata sesuai dengan kemampuan masing-masing	0,076	4	0,278
3	Kegiatan evaluasi pekerjaan dilakukan bersama-sama	0,071	3	0,231
4	Memperhatikan dan mempertimbangkan selera konsumen	0,082	4	0,298
5	Menggunakan sistem jual beli putus untuk menghindari retur	0,076	3	0,245
6	Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi	0,088	4	0,323
7	Semua anggota memiliki kompetensi yang sama	0,081	3	0,275
8	Memperhatikan kualitas produk akhir	0,089	4	0,318
Jumlah skor tertimbang		0,651		2,277
Kelemahan				
9	Tidak ada perencanaan produksi secara berkelanjutan	0,071	3	0,238
10	Tidak ada analisis segmentasi konsumen	0,046	2	0,096
11	Penjualan dilakukan secara <i>offline</i> di sekitar lokasi produksi	0,085	3	0,286

No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Total skor
12	Hanya sedikit anggota yang memiliki kompetensi khusus	0,067	3	0,185
13	Tidak ada mesin produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha	0,080	3	0,279
Jumlah skor tertimbang		0,349		1,083
Total skor tertimbang IFE		1		3,360
Selisih Kekuatan dan Kelemahan				1,195

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari tabel 3 diketahui bahwa kondisi internal yang menjadi kekuatan KWT Nine Seru, penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi memiliki respon paling tinggi dengan total skor tertimbang 0,323. Sedangkan faktor yang memiliki respon paling rendah yaitu tidak adanya analisis segmentasi konsumen. Menurut responden, tidak adanya analisis segmentasi konsumen merupakan suatu kelemahan, namun faktor ini bukanlah faktor kelemahan dengan nilai respon yang tinggi, karena produk yang dibuat oleh KWT Nine Seru dapat diterima oleh segmen manapun, sehingga tidak ada segmentasi khusus yang dirasa perlu untuk dilakukan. Total skor tertimbang untuk evaluasi faktor internal KWT Nine Seru adalah 3,360.

Hasil evaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation/ EFE*) KWT Nine Seru dapat dilihat pada tabel 4. Tabel tersebut menunjukkan seberapa besar pengaruh lingkungan eksternal KWT Nine Seru dalam merespon peluang dan ancaman.

Tabel 4. Matriks EFE KWT Nine Seru

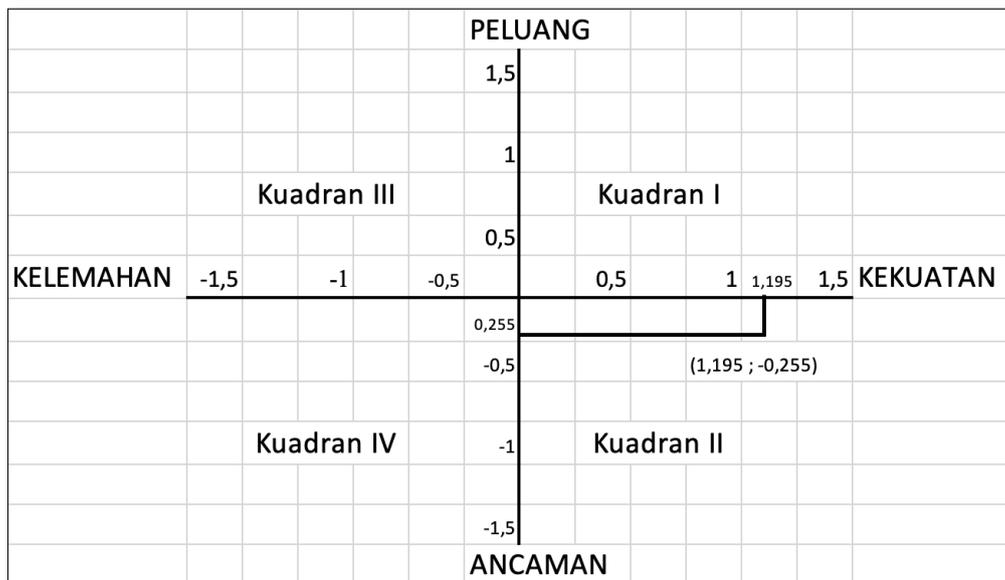
No	Faktor	Bobot	Rating	Total skor
Peluang				
1	Pemasok berasal dari petani lokal	0,113	4	0,409
2	Pemasok menyediakan bahan baku dengan kualitas yang baik	0,117	4	0,448
3	Kekuatan pembeli cukup besar dilihat dari jumlah pembeli	0,115	4	0,415
4	Mengamati perubahan volume pembelian konsumen	0,090	3	0,277
Jumlah skor tertimbang		0,435		1,548
Ancaman				
1	Meningkatnya harga bahan baku karena kondisi ekonomi yang tidak stabil	0,113	4	0,420
2	Kesulitan memperoleh akses permodalan	0,109	4	0,398
3	Kurangnya kemampuan penggunaan teknologi	0,090	3	0,243
4	Beberapa Jenis bahan baku sulit ditemukan pada satu pemasok	0,085	3	0,247
5	Sulit untuk mencari pemasok lain	0,100	3	0,304
6	Banyaknya produk substitusi lain	0,069	3	0,191
Jumlah skor tertimbang		0,565		1,804
Total skor tertimbang EFE		1		3,352
Selisih Peluang dan Ancaman				-0,255

Sumber: Data primer diolah (2024)

Hasil dari matriks EFE tersebut menunjukkan bahwa bahan baku dengan kualitas terbaik yang disediakan oleh pemasok menjadi peluang tertinggi yang dapat dimanfaatkan oleh KWT Nine Seru (0,448). Sedangkan yang menjadi ancaman tertinggi yaitu meningkatnya harga bahan baku karena kondisi ekonomi yang tidak stabil (0,420). Total skor tertimbang untuk evaluasi faktor eksternal KWT Nine Seru adalah 3,352. Setelah menemukan masing-masing total skor tertimbang IFE dan EFE, nilai tersebut selanjutnya diolah dan dibuat diagram analisis SWOT untuk menentukan strategi berdasarkan kuadran yang ditemukan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk membuat rencana strategis dengan mengevaluasi faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal peluang dan ancaman (Sasoko & Mahrudi, 2023). Menurut (Nabilah et al., 2024) informasi yang diperoleh dari hasil evaluasi faktor internal dan eksternal dapat dijadikan acuan untuk membuat analisis SWOT. Untuk memperoleh strategi yang tepat, maka perlu dibuat diagram analisis SWOT untuk mengetahui posisi usaha berada pada kuadran berapa. Kuadran I artinya perusahaan dapat menggunakan strategi agresif karena berada pada posisi yang menguntungkan dengan memaksimalkan kekuatan untuk mengambil peluang. Pada kuadran II, perusahaan dapat menerapkan strategi kompetitif untuk bertahan dalam menghadapi persaingan, dengan memaksimalkan kekuatan dan menghindari ancaman. Kuadran III adalah posisi dimana perusahaan memiliki cukup banyak peluang namun terkendala oleh kelemahan internal, sehingga strategi yang dapat digunakan adalah strategi konservatif. Kuadran IV merupakan posisi yang sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena berada pada posisi banyaknya ancaman dan kelemahan internal, maka strategi yang disarankan adalah strategi defensif. Untuk lebih jelasnya, diagram analisis SWOT KWT Nine Seru dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT KWT Nine Seru

Setelah melakukan analisis internal dan eksternal, diketahui bahwa kondisi usaha KWT Nine Seru berada pada kuadran II. Posisi ini diperoleh setelah mengurangi jumlah

skor tertimbang faktor internal kekuatan dan kelemahan ($2,277 - 1,083 = 1,195$) serta faktor eksternal peluang dan ancaman ($1,548 - 1,804 = -0,255$).

Strategi Kontinuitas Bisnis Produk Olahan Pangan KWT Nine Seru

Dengan demikian strategi yang dapat digunakan oleh KWT Nine Seru adalah strategi kompetitif dengan memaksimalkan kekuatan yang ada dan meminimalisir kemungkinan ancaman yang terjadi. Untuk menemukan strategi kompetitif seperti apa yang dapat digunakan oleh KWT Nine Seru, maka selanjutnya disusun matriks SWOT yang terdiri dari faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.. Faktor-faktor tersebut selanjutnya dicocokkan untuk memperoleh strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi ST (*Strength-Threat*), strategi WO (*Weakness-Opportunity*), dan strategi WT (*Weakness-Threat*). Menurut (Selung et al., 2023) matriks SWOT dapat digunakan untuk menyusun alternatif strategi yang dapat direkomendasikan kepada pelaku usaha .

Berdasarkan tabel 5 Matriks SWOT KWT Nine Seru, diperoleh beberapa alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT. Masing-masing strategi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Strategi SO, membuat perjanjian kerjasama dengan pemasok atau petani lokal yang dapat menguntungkan kedua belah pihak secara berkelanjutan. Melihat KWT Nine Seru memiliki pemasok tetap, yaitu petani lokal yang menawarkan bahan baku dengan kualitas terbaik dengan harga relevan, maka strategi yang ditawarkan yaitu membuat perjanjian kerjasama dengan pemasok atau petani untuk memperoleh harga khusus dan jaminan ketersediaan bahan baku.
- 2) Strategi SO, melakukan diversifikasi dengan cara menambah varian rasa produk yang digemari konsumen. Strategi ini dapat diterapkan dengan mempertimbangkan banyaknya konsumen memiliki selera yang berbeda-beda.
- 3) Strategi ST, menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar. Strategi ini sesuai dengan strategi kepemimpinan biaya yang berada pada kuadran dua diagram analisis SWOT. Strategi ini memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mengurangi risiko ancaman yang mungkin terjadi, sehingga salah satu cara yang dapat diterapkan yaitu dengan mengendalikan harga.
- 4) Strategi ST, membuat spesifikasi tugas dan tanggung jawab pekerja. Fokus pada kekuatan yang ada, KWT Nine Seru dapat membagi tugas setiap anggota sesuai dengan kemampuannya masing-masing untuk mengoptimalkan produktivitas melalui efisiensi dan efektifitas pembagian kerja.
- 5) Strategi WO, mempertahankan kualitas terbaik produk. Strategi ini dipertimbangkan sebagai strategi konservatif, dimana KWT Nine Seru dapat menangkap peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan internal.
- 6) Strategi WO, mengoptimalkan penjualan kepada pelanggan setia. Strategi ini juga merupakan salah satu bentuk strategi konservatif dimana KWT Nine Seru dapat memilih untuk bertahan dan menjaga stabilitas usaha tanpa mengedepankan keuntungan sebanyak-banyaknya.
- 7) Strategi WT, menerima pesanan dengan sistem *pre-order*. Strategi ini merupakan strategi yang dapat diterapkan ketika KWT Nine Seru tidak memiliki alternatif lain untuk menghadapi segala bentuk kelemahan dan ancaman yang mungkin terjadi.
- 8) Strategi WT, melakukan efisiensi biaya operasional. Efisiensi biaya dilakukan untuk memangkas segala bentuk pengeluaran operasional yang tidak penting atau mungkin dapat dikurangi.

Tabel 5. Matriks SWTO KWT Nine Seru

IFAS	Kekuatan (<i>Strengths</i>):	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>):
	<ol style="list-style-type: none"> Adanya struktur organisasi yang jelas pada KWT; Pembagian kerja sama rata sesuai dengan kemampuan masing-masing; Kegiatan evaluasi pekerjaan dilakukan bersama-sama; Memperhatikan dan mempertimbangkan selera konsumen; Menggunakan sistem jual beli putus untuk menghindari retur; Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan biaya produksi; Semua anggota memiliki kompetensi yang sama; Memperhatikan kualitas produk akhir; 	<ol style="list-style-type: none"> Tidak ada perencanaan produksi secara berkelanjutan; Tidak ada analisis segmentasi konsumen; Penjualan dilakukan secara offline di sekitar lokasi produksi; Hanya sedikit anggota yang memiliki kompetensi khusus; Tidak ada mesin produksi untuk meningkatkan produktivitas usaha;
EFAS		
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemasok berasal dari petani lokal; Pemasok menyediakan bahan baku dengan kualitas yang baik; Kekuatan pembeli cukup besar dilihat dari jumlah pembeli; Mengamati perubahan volume pembelian konsumen; 	<p>Strategi <i>Strength-Opportunity</i> (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat perjanjian kerjasama dengan pemasok atau petani lokal yang dapat menguntungkan kedua belah pihak secara berkelanjutan (S1, S2, S6, S7, O1, O2) Melakukan diversifikasi dengan cara menambah varian rasa produk yang digemari konsumen (S3, S4, S5, S8, O3, O4) 	<p>Strategi <i>Weakness-Opportunity</i> (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Mempertahankan kualitas terbaik produk (W1, W2, W4, W5, O1, O2) Mengoptimalkan penjualan kepada pelanggan setia (W3, O3, O4)
<p>Ancaman (<i>Threats</i>):</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatnya harga bahan baku karena kondisi ekonomi yang tidak stabil; Kesulitan memperoleh akses permodalan; Kurangnya kemampuan penggunaan teknologi; Beberapa Jenis bahan baku sulit ditemukan pada satu pemasok Sulit untuk mencari pemasok lain; Banyaknya produk substitusi lain; 	<p>Strategi <i>Strength-Threat</i> (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar (S4, S5, S6, S8, T1, T2, T4, T5, T6) Membuat spesifikasi tugas dan tanggung jawab pekerja (S1, S2, S3, S7, T3) 	<p>Strategi <i>Weakness-Threat</i> (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menerima pesanan dengan sistem <i>pre-order</i> (W1, W2, W3, W5, T1, T2, T3, T4, T5, T6) Melakukan efisiensi biaya operasional (W4, W5, T1, T2, T3, T4, T5, T6)

Sumber: Data primer diolah (2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis SWOT untuk menemukan strategi kontinuitas bisnis produk olahan pangan KWT Nine Seru, diperoleh beberapa alternatif strategi sebagai berikut: (1) Membuat perjanjian kerjasama dengan pemasok atau petani lokal yang dapat menguntungkan kedua belah pihak secara berkelanjutan; (2) Melakukan diversifikasi dengan cara menambah varian rasa produk yang digemari konsumen; (3) Menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar; (4) Membuat spesifikasi tugas dan tanggung jawab pekerja; (5) Mempertahankan kualitas terbaik produk; (6) Mengoptimalkan penjualan kepada pelanggan setia; (7) Menerima pesanan dengan sistem *pre-order*; (8) Melakukan efisiensi biaya operasional.

Dari kedelapan strategi tersebut, salah satu strategi yang direkomendasikan sesuai dengan posisi usaha pada diagram analisis SWOT dan matriks SWOT KWT Nine Seru adalah strategi ST. Strategi ST (*Strength-Weakness*) fokus terhadap optimalisasi kekuatan KWT Nine Seru yang menentukan harga jual berdasarkan biaya yang telah dikeluarkan dan selalu memperhatikan kualitas akhir produk serta mempertimbangkan selera konsumen. Risiko banyaknya produk substitusi lain dapat diatasi menggunakan strategi ST, yaitu dengan menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar. Strategi ini merupakan bagian dari strategi kompetitif, yaitu kepemimpinan biaya. Dengan menerapkan harga jual sesuai dengan harga pasar, konsumen akan mempertimbangkan kembali keputusannya sebelum memilih produk substitusi lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Fakultas Pertanian Universitas Mataram selaku pemberi dana dalam penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mataram yang telah memberikan dukungan administratif selama penelitian ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ella, S., & Andari, R. N. (2022). Manajemen Kontinuitas Bisnis Badan Usaha Milik Desa di tengah COVID-19: Studi Kasus BUMDes Gua Bahu Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(2), 253–272. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i02.824>
- Fadli, F., & Utama FR, A. F. (2023). Strategi Pengembangan Usahatani Cabai Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur. *Agrimansion*, 24(3), 714–724.
- Firmansyah, I. D., Kurdi, M., & Zakki, N. (2023). Pengembangan Strategi Bisnis dengan Analisis SWOT pada Pabrik Kripik Singkong Sumenep. *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 4(1), 89–99.
- Fitriwati, Makkarennu, & Syahid, M. (2023). Development of strategic plan for palm sugar agro-industry using SWOT analysis and business model canvas: Case study in Lombo Village, Sidrap District. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1230(1), 1–10. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1230/1/012002>
- Goma, E. I., Sandy, A. T., & Zakaria, M. (2021). Analisis Distribusi dan Interpretasi Data Penduduk Usia Produktif Indonesia Tahun 2020. *Jurnal Georaflesia: Artikel Ilmiah Pendidikan Geografi*, 6(1), 20–27. <https://journals.unihaz.ac.id/index.php/georaflesia>

- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Sazali Hasan, Ed.). Medan:Wal Ashri Publishing.
- Julia, M., & Masyuroh, A. J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395.
- Mardiah, A., Sjah, T., & Sahidu, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Kain Tenun Rumah Produksi Mekar Sari di Kecamatan Raba Kota Bima. *Agrimansion*, 24(2), 507–517.
- Miharja, K. (2018). Analisa SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 30–38.
- Mulyawati, S., Efendy, E., Tajidan, T., Fernandez, F. E., Nabilah, S., & Halil, H. (2023). Pendampingan Pembuatan Izin SPP-IRT Produk Keripik KWT Nine Seru di Desa Lantan. *LOYALITAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 198–208. <https://doi.org/10.22219/jdh.v1i3.17113>
- Mulyawati, S., Febrilia, B. R. A., & Mandalika, E. N. D. (2023). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Agroindustri Keripik Singkong oleh KWT Nine Seru di Desa Lantan. *Agrimansion*, 24(1), 86–94.
- Nabilah, S., Suparyana, P. K., Utama FR, A. F., & Tahir, R. (2024). Strategi Pengembangan Usahatani Kakao di Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. *Agimansion*, 25(2), 342–353.
- Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis Baru dalam Berwirausaha. *JSIM : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3), 163–175. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i3.164>
- Rusminah, S., Sayekti, L. I., & Taufik, M. (2023). Strategi Kontinuitas Bisnis Melalui Analisis SWOT Pada Sentra UMKM Batu Bata dan Genting di Kabupaten Lamongan. *JEMAS: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 2(1), 61–120. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v2i1>
- Sakinah, N., Ibrahim, I., & Suparyana, P. K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Ayam Taliwang Kemasan Kaleng Pada UD. Depot Taliwang Kecamatan Selaparang Kota Mataram. *Agrimansion*, 1, 24–36.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). *Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaann Kegiatan*. 22(1), 8–19. <https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64>
- Selung, C. C., Anwar, A., & Sa'diyah, H. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Anyaman Ketak di Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. *Agimansion*, 24(3), 828–838.
- Sugarda, Y. B. (2020). *Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion Sebagai Metode Riset Kualitatif*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, R. J., & Agushinta R., D. (2020). Analisis Strategi Bisnis PT. Tolu dengan Pendekatan BMC Menggunakan Metode EFAS, IFAS, dan SWOT. *Jurnal Sistem Informasi*, 9(3), 435–443.
- Zamzami, Z., & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(1), 25–37.