

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUKSI TAHU OLOR DI KECAMATAN MASBAGIK KABUPATEN LOMBOK TIMUR

### *STRATEGY FOR DEVELOPING LOLOR TOFU PRODUCTION BUSINESS IN MASBAGIK DISTRICT EAST LOMBOK REGENCY*

Eko Supriastuti<sup>1\*</sup>, Mutiara Mita Kasia<sup>1</sup>, Farah Anul Jamil<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

\*Email penulis korespondensi: [eko.supriastuti82@gmail.com](mailto:eko.supriastuti82@gmail.com)

#### ABSTRAK

Tahu lolor merupakan produksi tahu khas Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Tekstur dan bentuk tahu lolor menjadi ciri khas sehingga sangat digemari oleh konsumen. Namun produsen belum mampu mengembangkan usaha ke skala yang lebih besar, pemasaran tahu lolor masih skala kecil atau rumahan. Hal ini dikarenakan produsen belum mengetahui strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha tahu lolor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dan merumuskan strategi pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah konsumen tahu lolor. Jumlah Responden ditentukan secara *quota sampling* sebanyak masing-masing 10 orang responden di setiap dusun terpilih sehingga jumlah responden sebanyak 30 orang responden. Penentuan responden dilakukan dengan pendekatan *accidental sampling*, dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis mendapatkan beberapa strategi yaitu 1). Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah. 2). Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform digital. 3). Pelatihan manajemen usaha dari dinas terkait desain kemasan dan branding, legalitas dan izin edar melalui platform online. 4). Menjalin kemitraan dengan koperasi atau BUMDes untuk akses modal. 5). Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah. 6). Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform digital. 7). Peningkatan kualitas produksi agar mampu bersaing dengan mendesain label produk sesuai standar BPOM/PIRT. 8). Diversifikasi produk dan saluran pemasaran untuk memperkuat daya tarik.

Kata Kunci: Strategi, Produksi, Optimalisasi, Pengembangan

#### ABSTRACT

Lolor tofu is a typical tofu product from Masbagik District, East Lombok Regency. The texture and shape of lolor tofu are characteristic so that it is very popular with consumers. However, producers have not been able to develop their business to a larger scale, marketing of lolor tofu is still small-scale or home-based. This is because producers do not yet know the strategy used to develop a lolor tofu business. This study aims to determine the internal and external factors and formulate a strategy for developing a lolor tofu production business in Masbagik District. The method used in this study is a descriptive method. The unit of analysis of this study is the lolor tofu consumer. The number of respondents was determined by quota sampling of 10 respondents each in each selected hamlet so that the total number of respondents was 30 respondents. The determination of respondents was carried out using an accidental sampling approach, and analyzed using a SWOT analysis. The analysis results obtained several strategies, namely 1). Optimizing the supply of local raw materials with government support. 2). Utilizing the distinctive taste to attract healthy consumers to expand the tofu lolor market by promoting the product through digital platforms. 3). Business management training from related agencies on packaging design and branding, legality and distribution permits through online platforms. 4). Establishing partnerships with cooperatives or BUMDes for access to capital. 5). Optimizing the supply of local raw materials with government support. 6). Utilizing the distinctive taste to attract healthy consumers to expand the tofu lolor market by promoting the product through digital platforms. 7). Improving production quality to be able to compete by designing product labels according to BPOM/PIRT standards. 8). Diversifying products and marketing channels to strengthen appeal.

Keywords: Strategy, Production, Optimization, Development

## PENDAHULUAN

Pemerintah aktif mendukung pengembangan sektor industri karena dampaknya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain industri besar, sektor industri kecil juga berkembang dan berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara (Kemkop dan UKM RI., 2020). Perusahaan yang beroperasi dalam industri pengolahan dengan tingkat persaingan dan perubahan lingkungan yang tinggi terletak pada apakah sebuah perusahaan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasarnya (Ilhamudin, 2020). Konsumen yang puas tersebut sangat mungkin untuk mempengaruhi lingkungannya untuk mengkonsumsi produk serupa, hal ini bermanfaat bagi perusahaan dalam promosi produknya, tampak jelas bahwa kepuasan konsumen adalah faktor yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan agar tetap relevan dalam persaingan bisnis.

Pengolahan hasil pertanian memiliki peranan yang tidak kalah penting dibandingkan dengan kegiatan usahatani dalam mendukung ketersediaan bahan pangan (Saleh, 2020). Salah satu komoditas pertanian yang banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam industri pangan adalah kedelai. Kedelai merupakan tanaman pangan utama setelah padi dan jagung, serta berperan besar dalam penyediaan pangan bergizi karena kandungan proteinnya yang tinggi dan seimbang. Permintaan terhadap kedelai diperkirakan akan terus meningkat setiap tahun, seiring dengan pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan per kapita, serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asupan gizi dalam konsumsi sehari-hari (Aldillah, 2015). Perkembangan luas panen, produksi dan produktifitas kedelai di Nusa Tenggara Barat (NTB) Tahun 2023 disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Perkembangan Kedelai di Nusa Tenggara Barat (NTB) Tahun 2023

Kabupaten / Kota	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Produktivitas (Kw/Ha)
Lombok Barat	91,5	744	8,13
Lombok Tengah	8869,8	83.663	9,43
Lombok Timur	250,6	3.748	14,96
Sumbawa	38,5	382	9,92
Dompu	2865	30.681	10,71
Bima	5805,2	79.662	13,72
Sumbawa Barat	19,7	246	12,49
Lombok Utara	0	0	0
Mataram	0	0	0
Kota Bima	74,8	985	13,17
Jumlah	18.015,10	200.111	11,11

Sumber: BPS NTB (2024)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Kabupaten Lombok Timur memiliki luas panen kedelai 250,6 Ha dengan jumlah produksi 3.748 Kw dan produktivitas 14,96 Kw/Ha. Tingkat produktivitas kedelai tersebut tertinggi dibandingkan wilayah lainnya di NTB. Lebih lanjut, potensi produksi kedelai yang cukup tinggi tersebut di Kabupaten Lombok Timur khususnya dan NTB umumnya berimplikasi pada berkembangnya industri-industri pengolahan berbahan baku kedelai sebagaimana industri pengolahan tahu lolor.

Pengolahan hasil pertanian yang cukup terkenal adalah transformasi kedelai menjadi tahu. (Anzitha, 2019). Hasil olahan berbahan baku kedelai yang khas adalah “tahu lolor” yang ada di wilayah Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Tahu

lolor adalah tahu berbahan baku kedelai yang memiliki tekstur yang berbeda dari pada umumnya. Tekstur tahu lolor relatif halus dan lembut. Tekstur dan bentuk tahu lolor menjadi ciri khas sehingga sangat digemari oleh konsumen. Kata “lolor” berasal dari bahasa Sasak artinya otak (sapi).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian lokal (Nurhayati, 2020), khususnya di daerah pedesaan seperti Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur. Salah satu produk khas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah tahu lolor, yakni produk olahan berbahan dasar kedelai yang memiliki ciri khas tekstur lembut dan rasa gurih yang digemari oleh masyarakat. Tahu lolor tidak hanya menjadi konsumsi sehari-hari, tetapi juga telah menjadi bagian dari identitas kuliner lokal.

Namun demikian, perkembangan usaha tahu lolor di wilayah ini masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain keterbatasan teknologi produksi, belum optimalnya pemasaran, keterbatasan akses modal, serta rendahnya daya saing di tengah gempuran produk serupa dari luar daerah. Selain itu, pengemasan dan standar mutu produk sering kali belum memenuhi ekspektasi pasar yang lebih luas, sehingga pemasaran masih terbatas pada skala lokal (Kemkop dan UKM RI., 2020). Melihat potensi dan tantangan tersebut, dibutuhkan strategi pengembangan usaha yang komprehensif dan terarah. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta jangkauan pasar, sehingga usaha tahu lolor dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan pelaku usaha serta perekonomian daerah (Wahyudin, 2019)

Para produsen tahu lolor sering menghadapi berbagai tantangan dalam proses produksi, seperti terdapatnya bahan baku kedelai yang dipanen tidak pada umur panen optimal sehingga kualitas bahan baku kedelai relatif rendah (Manullang, 2021). Selain itu, harga bahan baku kedelai yang cenderung terus meningkat menyebabkan produsen tahu lolor mengurangi penggunaan bahan baku dan memperkecil ukuran produknya (Ferichani, 2019).

Menurut (Ramadhan, 2023) bahwa unsur-unsur produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian. Setiap perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui produk yang ditawarkan, sedangkan konsumen mencari manfaat tertentu yang terdapat pada suatu produk. Permasalahan mendasar usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik sampai saat ini belum mengalami perkembangan yang lebih meningkat, karena pengusaha produksi tahu lolor belum mengetahui strategi pengembangan usaha tahu lolor. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk: menganalisis faktor internal dan eksternal dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha tahu lolor di Kecamatan Masbagik. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan strategi produsen tahu lolor dalam mengembangkan usahanya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang berfungsi untuk menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian melalui data atau sampel yang telah dikumpulkan sesuai dengan kondisi sebenarnya, tanpa melakukan analisis atau menyimpulkan untuk generalisasi. Metode ini berfokus pada pengkajian masalah dengan cara mengumpulkan, menyusun, menganalisis, dan menginterpretasikan data kemudian menarik kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.

Menurut (Fandy & Tjiptono, 2017) Dalam penelitian, data dikumpulkan dengan teknik survei, yaitu pengumpulan data dari sejumlah unit populasi atau individu dalam waktu bersamaan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. (Nasir, 2017). Metode yang digunakan dalam analisis data menggunakan analisis SWOT(Rangkuti, 2016).

Unit analisis dalam penelitian ini merujuk pada elemen atau bagian-bagian kecil yang akan diteliti atau dievaluasi untuk memahami masalah petani dalam konteks pertanian. Dalam konteks ini, unit analisis dapat mencakup beberapa aspek, seperti: Ketersediaan lahan pertanian, hasil produksi pertanian, kebijakan pemerintah terkait alih fungsi lahan, faktor peningkatan ekonomi petani.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum daerah penelitian ini meliputi letak geografis, iklim dan curah hujan, jumlah penduduk dan kepadatan penduduk. Kecamatan masbagik merupakan salah satu daerah dari 21 kecamatan yang ada di Kabupaten Lombok Timur. Secara Geografis, kecamatan Masbagik terletak di antara 8°- 9° Lintang Selatan dan 116°- 117° Bujur Timur. Luas wilayah Kecamatan Masbagik yaitu 33,18 km yang terbagi dalam 10 desa (BPS, 2024). Adapun luas Kecamatan Masbagik berdasarkan desa pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Wilayah di Kecamatan Masbagik dirinci Per Desa Tahun 2023.

No.	Desa	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1.	Kesik	5,39	16,24
2.	Paok Motong	3,17	9,55
3.	Masbagik Selatan	2,03	6,12
4.	Masbagik Timur	3,24	9,76
5.	Masbagik Utara	0,97	2,92
6.	Danger	2,96	8,92
7.	Lendang Nangka	5,70	17,18
8.	Masbagik Utara Baru	1,60	4,82
9.	Lendang Nangka Utara	6,45	19,44
10.	Kumbang	1,67	5,03
Jumlah		33,18	100

Sumber: BPS Kabupaten Lombok Timur (2024)

Tabel 2, menunjukkan bahwa dari sepuluh wilayah desa yang ada di Kecamatan Masbagik, Lendang Nangka Utara merupakan wilayah terluas, yaitu 6,45 km<sup>2</sup> (19,44%), disusul Desa Lendang Nangka dengan luas wilayah 5,70 km<sup>2</sup>, sedangkan wilayah terkecil adalah Desa Masbagik Utara dengan luas 0,97 km<sup>2</sup> (2,92)(BPS, 2023).

Berdasarkan data (BPS, 2024), jumlah penduduk Kecamatan Masbagik dengan luas wilayah 33,18 km<sup>2</sup> tercatat 113.439 jiwa. Hasil olahan berbahan baku kedelai yang khas di wilayah Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur adalah “tahu lolor”. Tahu lolor adalah tahu berbahan baku kedelai yang memiliki tekstur yang berbeda dari tahu pada umumnya. Tekstur tahu lolor relatif halus dan lembut yang menjadi ciri khasnya sehingga sangat digemari oleh konsumen.

Sentra agroindustri tahu lolor di Kabupaten Lombok Timur umumnya ada di wilayah pedesaan, dengan skala usaha relatif kecil, sehingga industri ini dapat digolongkan sebagai industri kecil atau industri rumah tangga. Pengelolaan usaha juga masih menggunakan cara-cara tradisional, terdapat tiga produsen tahu lolor yang masih

aktif di Kecamatan Masbagik. Masing-masing agroindustri tahu lolor berada di wilayah Desa Masbagik Utara, desa Masbagik Timur dan desa Masbagik Utara Baru.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran penting dalam menggerakkan perekonomian lokal, termasuk di sektor agroindustri pangan berbasis produk tradisional seperti tahu (Ramadhan, 2023). Salah satu produk khas yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah *tahu lolor*, yakni produk olahan kedelai dengan cita rasa dan tampilan unik yang banyak digemari masyarakat Lombok Timur, khususnya di Kecamatan Masbagik. Potensi ini tidak hanya terletak pada nilai ekonomisnya, tetapi juga pada warisan budaya kuliner yang terkandung di dalamnya. Namun, pengembangan usaha tahu lolor menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan analisis mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal usaha. Faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan akan menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola produksi dan pemasaran, sementara faktor eksternal seperti peluang dan ancaman akan mencerminkan dinamika lingkungan usaha yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis, termasuk kebijakan pemerintah, perkembangan pasar, dan persaingan produk (Wibowo, 2017).

### **Strategi Pengembangan Usaha Produksi Tahu Lolor di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur**

Analisis terhadap faktor-faktor tersebut menjadi landasan penting dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat, sehingga pengambilan keputusan bisnis tidak lagi berbasis intuisi semata, tetapi melalui pendekatan yang terukur dan terencana. Salah satu alat yang digunakan dalam menganalisis faktor-faktor tersebut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang membantu mengidentifikasi strategi yang paling relevan dan prioritas untuk diterapkan (Mulyadi, 2020). Dengan mengetahui secara sistematis faktor internal dan eksternal, pelaku usaha tahu lolor diharapkan mampu menyusun langkah pengembangan yang adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

### ***Analisis Faktor Lingkungan Internal Pengembangan Usaha Produksi Tahu Lolor di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur***

Faktor lingkungan internal yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Menurut (Jonathan, 2015) luas pemasaran, biaya produksi dan harga berpengaruh nyata terhadap pendapatan pengusaha tahu lolor.

Faktor kekuatan yang mempengaruhi pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik terdiri dari:

1. Cita rasa khas tahu lolor yang digemari masyarakat lokal
2. Bahan baku kedelai mudah diperoleh di wilayah sekitar
3. Proses produksi yang relatif sederhana dan tidak membutuhkan teknologi tinggi
4. Biaya produksi relatif rendah dan efisien
5. Sudah memiliki pasar lokal yang stabil (konsumen setia)
6. Usaha rumahan tenaga kerja lokal

Faktor kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik terdiri dari:

1. Manajemen usaha masih tradisional dan belum terdokumentasi dengan baik.
2. Kualitas produk belum seragam karena proses produksi manual.
3. Kemasan produk kurang menarik dan belum memiliki label usaha resmi.
4. Terbatasnya akses terhadap permodalan dan teknologi modern.
5. Promosi dan pemasaran masih mengandalkan dari mulut ke mulut.

6. Belum adanya sertifikasi halal dan izin edar dari instansi terkait.

***Analisis Faktor Lingkungan Eksternal Pengembangan Usaha Produksi Tahu Lolor di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur***

Faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik terdiri dari Peluang dan Ancaman. Peluang dalam pengembangan tahu lolor terdiri dari:

1. Permintaan konsumen terhadap produk berbahan dasar kedelai semakin meningkat karena tren pola makan sehat
2. Dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga terkait untuk UMKM dan produk lokal
3. Potensi pengembangan pasar ke wilayah luar Kecamatan Masbagik bahkan ke luar daerah.
4. Teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk pemasaran online
5. Peluang kolaborasi dengan koperasi, BUMDes, atau pelaku ekonomi kreatif

Ancaman dalam pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik terdiri dari :

1. Persaingan dengan produk tahu modern dan kemasan dari pabrik besar.
2. Ketergantungan pada bahan baku kedelai impor yang fluktuatif harganya.
3. Perubahan selera konsumen terhadap produk olahan makanan.
4. Kenaikan biaya produksi (BBM, listrik, bahan pendukung).
5. Regulasi pemerintah yang ketat terhadap produk makanan tanpa izin edar.

Hasil evaluasi faktor internal dan evaluasi faktor eksternal dianalisis dengan analisis SWOT untuk menentukan Strategi atau arah pengembangan usaha produksi tahu lolor. Strategi yang disusun dengan memperhatikan faktor kekuatan dengan peluang (S-O), yaitu menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang, faktor kekuatan dengan ancaman (S-T) yaitu menggunakan semua kekuatan untuk memperkecil kemungkinan terjadinya ancaman, Faktor kelemahan dengan peluang (W-O) yaitu meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan faktor kelemahan dengan ancaman (W-T) yaitu meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman. Selanjutnya elemen masing-masing faktor dipadukan dan ditentukan. (Gustiana, 2015) strategi yang berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Matrik SWOT Pengembangan Usaha Produksi Tahu Lolor di Kecamatan Masbagik

	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Peluang (Opportunities)	Strategi SO (Strength – Opportunity) Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO (Weakness – Opportunity) Mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
	1. Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah (S2 + O2). 2. Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform	1. Pelatihan manajemen usaha dari dinas terkait desain kemasan dan branding, legalitas dan izin edar melalui platform online (W1, W3, W6 + O2, O4) 2. Menjalin kemitraan dengan koperasi atau BUMDes untuk akses

	digital (S1, S5, S4 + O1, O3, O4).	modal (W4 + O5).
Ancaman (Threats)	Strategi ST (Strength – Threat) Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT (Weakness – Threat) Meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman
	1. Meningkatkan Inovasi variasi rasa tahu untuk mengikuti tren selera konsumen guna menjaga daya saing harga dan kualitas produk lokal (S1, S3 + T1, T4). 2. Memanfaatkan tenaga kerja lokal untuk menekan biaya operasional (S6 + T4).	1. Peningkatan kualitas produksi agar mampu bersaing dengan mendesain label produk sesuai standar BPOM/PIRT W2, W3 + T1, T5). 2. Diversifikasi produk dan saluran pemasaran untuk memperkuat daya tarik (W5 + T3).

Dari hasil Analisis SWOT diatas strategi yang didapat harus dilakukan secara berkesinambungan (keterkaitan) antara pelaku usaha, petani dan penyuplay bahan baku. Karena strategi ini harus berjalan serentak tentunya memerlukan kerja secara konsisten. Berikut hasil rumusan strategi.

#### **Strategi SO (Strengths) - (Opportunities)**

1. Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform digital  
Cita rasa khas tahu lolor menjadi daya tarik utama yang bisa dikaitkan dengan tren konsumsi makanan sehat. Peluang ini bisa dimanfaatkan dengan menonjolkan keunggulan tersebut dalam pemasaran, terutama kepada konsumen urban atau wisatawan yang peduli terhadap makanan alami dan sehat. Kekuatan jaringan distribusi atau dukungan komunitas dapat digunakan untuk membuka akses pasar baru di luar wilayah Masbagik, memanfaatkan tren konsumen yang mencari produk lokal khas. Memanfaatkan kekuatan promosi (meski dalam bentuk sederhana) dan mengintegrasikannya dengan peluang platform digital (seperti media sosial dan marketplace) agar produk lebih dikenal secara luas dan menjangkau pasar yang lebih besar.
2. Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah  
Ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan program atau bantuan dari pemerintah daerah, seperti subsidi benih kedelai, pelatihan, atau kemitraan dengan petani lokal.

#### **Strategi WO (Weakness–Opportunity)**

1. Pelatihan manajemen usaha dari dinas terkait desain kemasan dan branding, legalitas dan izin edar melalui platform online  
Kelemahan dalam manajemen usaha dapat diatasi melalui pelatihan dan pendampingan dari instansi pemerintah atau lembaga pelatihan, yang membuka peluang peningkatan kapasitas pelaku usaha. Lemahnya aspek legalitas produk (izin edar, PIRT/BPOM) bisa diperbaiki dengan memanfaatkan program pendampingan dari pemerintah daerah yang biasa menysasar UMKM pangan. Kemasan yang kurang menarik bisa ditingkatkan dengan desain modern yang

menarik melalui jasa desain online, sekaligus memperkuat branding lewat platform digital.

2. Mencari kemitraan dengan koperasi atau BUMDes untuk akses modal  
Kendala modal dapat diatasi melalui kerja sama strategis dengan koperasi lokal atau BUMDes yang punya kepedulian terhadap UMKM, dengan skema pinjaman lunak atau modal ventura lokal.

#### ***Strategi ST (Strength–Threat)***

1. Meningkatkan Inovasi variasi rasa tahu untuk mengikuti tren selera konsumen guna menjaga daya saing harga dan kualitas produk lokal  
Kekuatan cita rasa khas, tahu lolor dapat dikembangkan dengan variasi rasa (pedas, gurih, rempah) untuk menyesuaikan tren dan mencegah kejenuhan pasar. Kekuatan efisiensi produksi dan kualitas bahan baku digunakan untuk menjaga harga tetap kompetitif, sekaligus mempertahankan kualitas agar tidak kalah dengan produk tahu dari daerah lain.
2. Memanfaatkan tenaga kerja lokal untuk menekan biaya operasional  
Ketersediaan tenaga kerja lokal menjadi kekuatan yang bisa dimanfaatkan untuk mengatasi ancaman kenaikan biaya produksi akibat fluktuasi harga atau inflasi.

#### ***Strategi WT (Weakness–Threat)***

1. Peningkatan kualitas produksi agar mampu bersaing dengan mendesain label produk sesuai standar BPOM/PIRT  
Produksi yang masih tradisional perlu ditingkatkan melalui pelatihan teknis dan penggunaan peralatan sederhana agar mampu menghasilkan produk yang konsisten dan berkualitas. Label produk yang kurang informatif atau tidak memenuhi standar dapat diperbaiki untuk menghindari sanksi dan membangun kepercayaan konsumen terhadap legalitas dan keamanan produk.
2. Diversifikasi produk dan saluran pemasaran untuk memperkuat daya Tarik.  
Ketergantungan pada satu jenis produk bisa diatasi dengan membuat varian lain (misalnya tahu goreng siap saji, tahu isi), serta memperluas saluran distribusi melalui outlet kecil, reseller, atau pengiriman online.

Menurut Fauza (2022), strategi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha dapat dilakukan melalui pemasaran produk secara online. Strategi tersebut terkendala oleh pelaku UMKM yang belum memahami cara pemasaran produk secara digital, mulai dari pemfotoan, perancangan iklan, dan publikasi produk di platform digital. Dampak dari strategi tersebut yaitu menghasilkan penghematan luar biasa pada sektor produksi, distribusi, dan pemasaran konvensional. Proses pemasaran secara online memungkinkan produksi pelaku UMKM hanya berorientasi pada pesanan, sehingga mengurangi jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan pada saat produksi hingga proses distribusi. Selain itu, pasar online melonggarkan pelaku UMKM dalam membuka tempat pemasaran, sehingga tidak terbebani uang sewa tempat. Dalam penelitian (Hardilawati, 2020). Selain melakukan perdagangan e-commerce, Pelaku UMKM juga dituntut untuk dapat mengkomunikasikan produk secara intensif dengan melakukan pemasaran produk menggunakan digital marketing dan memanfaatkan media sosial untuk dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal strategi pengembangan usaha produksi tahu lolor di

Kecamatan Masbagik yaitu.

- a. Faktor internal kekuatan yang menjadi kekuatan dalam pengembangan usaha antara lain: Cita rasa khas tahu lolor yang digemari masyarakat local, Bahan baku kedelai mudah diperoleh di wilayah sekitar, Proses produksi yang relatif sederhana dan tidak membutuhkan teknologi tinggi, Biaya produksi relatif rendah dan efisien, Sudah memiliki pasar lokal yang stabil (konsumen setia), Usaha rumahan tenaga kerja local, sedangkan yang menjadi kelemahannya antara lain: Manajemen usaha masih tradisional dan belum terdokumentasi dengan baik, Kualitas produk belum seragam karena proses produksi manual, Kemasan produk kurang menarik dan belum memiliki label usaha resmi, Terbatasnya akses terhadap permodalan dan teknologi modern, Promosi dan pemasaran masih mengandalkan dari mulut ke mulut, Belum adanya sertifikasi halal dan izin edar dari instansi terkait.
  - b. Faktor eksternal yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha antara lain: Permintaan konsumen terhadap produk berbahan dasar kedelai semakin meningkat karena tren pola makan sehat, Dukungan dari pemerintah daerah dan lembaga terkait untuk UMKM dan produk lokal, Potensi pengembangan pasar ke wilayah luar Kecamatan Masbagik bahkan ke luar daerah, Teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk pemasaran online, Peluang kolaborasi dengan koperasi, BUMDes, atau pelaku ekonomi kreatif.
2. Strategi pengembangan usaha produksi tahu lolor di Kecamatan Masbagik yaitu: 1) Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah. 2) Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform digital. 3) Pelatihan manajemen usaha dari dinas terkait desain kemasan dan branding, legalitas dan izin edar melalui platform online. 4) Menjalin kemitraan dengan koperasi atau BUMDes untuk akses modal. 5) Optimalisasi pasokan bahan baku lokal dengan dukungan pemerintah. 6) Memanfaatkan cita rasa khas dalam menarik konsumen sehat guna memperluas pasar tahu lolor dengan promosi produk melalui platform digital. 7) Peningkatan kualitas produksi agar mampu bersaing dengan mendesain label produk sesuai standar BPOM/PIRT. 8) Diversifikasi produk dan saluran pemasaran untuk memperkuat daya tarik.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diberikan saran sebagai berikut:

- 1) Untuk lebih meningkatkan frekuensi pembelian konsumen disarankan kepada produsen agar dapat menerapkan atau mengaplikasikan strategi agar dapat mengembangkan usaha secara maksimal
- 2) Meningkatkan inovasi terkait beberapa atribut tahu lolor, yaitu kesegaran, kekenyalan/ tekstur, ukuran, aroma, rasa, harga dan pelayanan.
- 3) Peningkatan jumlah produksi agar dapat memperluas pemasaran

### DAFTAR PUSTAKA

- Aldillah, R. (2015). Proyeksi Produksi dan Konsumsi Kedelai Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1), 9–23.
- Anzitha, S. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Pembuatan Tempe Dengan Tahu Di Kota Langsa. *Jurnal Agrica*, 12(2), 87-91.
- BPS. (2024). *Badan Pusat Statistika Kabupaten Lombok Timur dalam Angka*.
- BPS. (2023). *BPS Kecamatan Masbagek dalam Angka*.

- Fandy & Tjiptono. (2017). *Manajemen Jasa* (Cetakan II. Andi Offset Yogyakarta, Ed.).
- Fauza, N., Erningsih, E., Carolina, M., Wira Abhyasa Oeli, D., Martha Murni, E., Saragih, G., & Sandra, C. U. (2022). Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (umkm) melalui digital marketing di masa new normal. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 2(3), 115-122.
- Ferichani, M. (2019). Analisis Usaha Industri Tahu Skala Rumah Tangga. *Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 02(02), 10–20.
- Gustiana, C. (2015). Strategi Pembangunan Pertanian dan Perekonomian Pedesaan Melalui Kemitraan Usaha Berwawasan Agribisnis. *Agrisamudra. Jurnal Penelitian*, 01(01).
- Hardilawati, L. W. (2020). Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.
- Ilhamudin, M., Nururly, S., & Rusminah, R. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Unggulan Sektor Makanan Kota Mataram (Studi Pada Produk Tahu Abian Tubuh). *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(2), 134–148.
- Jonathan, T. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Sawah di Kecamatan Rawang Panca Arga Kabupaten Asahan. Fakultas Pertanian USU, Medan.*
- Kemkop dan UKM RI. (2020). *Profil UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.*
- Manullang, S. R. (2021). Analisis Usaha Agroindustri Tahu (Studi Kasus Agroindustri Tahu Pak Gutd di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis). *Jurnal Agribisnis Dan Akuakultur*, 1(1), 41–48.
- Mulyadi, M. & H. S. (2020). Strategi Pemberdayaan UMKM Melalui Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(2), 115–124.
- Nasir, A. (2017). The Influence of Product Innovation toward Marketing Performance at Furniture companies in Pasuruan Rgency. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*.
- Nurhayati, I. (2020). Pengembangan Industri Olahan Kedelai Berbasis Komunitas. *Jurnal Agroindustri*, 9(2), 76–84.
- Ramadhan, A. (2023). Proses Pembuatan Tahu di Pabrik Tahu Desa Dadimulyo serta Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Produksi Tahu. JPKMI . (*Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*), 4(2), 135-145.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membelah kasus Bisnis* (PT. Gramedia Pustaka Utama, Ed.).
- Saleh, E., Alwi, L. O., & Herdhiansyah, D. (2020). Kajian Proses Pengolahan Tahu pada Industri Tahu Karya Mulia di Desa LabusaKecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. *Tekper: Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Pettanian*, 1(3), 185-190.
- Wahyudin, W., & Melli Badrudin, R. (2019). Customer Satisfaction Analysis of Modern Markets Service in Bengkulu City. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 18(1), 153-164.