

## Strategi pemasaran agribisnis bawang goreng dalam meningkatkan volume penjualan di Kabupaten Bireuen

### Fried onion agribusiness marketing strategy in increasing sales volume in Bireuen Regency

Syarifah Maihani<sup>1</sup>✉

Diterima: 12 September 2022. Disetujui: 15 Oktober 2022. Dipublikasi: 30 Oktober 2022

**ABSTRAK.** Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bawang goreng yang dijalankan oleh Mak Hus di Kabupaten Bireuen dalam keberlangsungannya memiliki strategi pemasaran, yang perlu untuk ditinjau melalui sebuah penelitian. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran bawang goreng yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran tersebut dirumuskan berlandaskan pada pendekatan bauran pemasaran mulai dari kualitas produk, kesesuaian harga, tempat distribusi dan cara promosi. Untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan rencana strategi yang terarah dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, melalui kuesioner yang disusun berdasarkan hasil observasi dan wawancara terhadap sembilan pengusaha bawang goreng. Selanjutnya hasil dari kuesioner tersebut, diperhitungkan dengan menggunakan Analisis SWOT untuk menemukan pengaruh dari lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi oleh bisnis bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Melalui analisis SWOT didapatkan rumusan strategi pemasaran bawang goreng di Kabupaten Bireuen untuk; (1) mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas, (2) mengembangkan varian dan desain produk, (3) memaksimalkan fasilitas, (4) meningkatkan profesionalisme SDM, (5) strategi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, (6) memperkuat modal usaha, dan (7) mengoptimalkan manajemen produksi, distribusi dan pemasaran, serta (8) usaha untuk memanfaatkan dukungan teknologi produksi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor. Selanjutnya rumusan strategi tersebut, diolah dengan menggunakan analisis QSPM untuk penetapan strategi alternatif yang perlu untuk diterapkan terlebih dahulu dalam meningkatkan volume penjualan bawang goreng berdasarkan pada nilai TAS tertinggi.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Agribisnis, Bawang Goreng

**ABSTRACT.** UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) of fried shallots run by a group of entrepreneurs in Bireuen Regency have a marketing strategy, which needs to be reviewed through a study. This research aims to find out the right fried shallot marketing strategy in increasing sales volume. The marketing strategy is formulated based on a marketing mix approach starting from product quality, price suitability, distribution places and promotion methods. To increase sales volume, a targeted strategic plan is needed by identifying internal and external factors, through a questionnaire compiled based on the results of observations and interviews with nine fried shallot entrepreneurs. Furthermore, the results of the questionnaire are calculated using a SWOT analysis to find the influence of the internal and external environment faced by the fried shallot business in Bireuen Regency. Through the SWOT analysis, it was found that the marketing strategy formulation of fried shallots in Bireuen Regency was for; (1) maintain prices and improve quality, (2) develop product variants and designs, (3) maximize facilities, (4) increase HR professionalism, (5) strategies to maintain and increase customer loyalty, (6) strengthen business capital, and (7) optimize the management of production, distribution and marketing, and (8) efforts to utilize the support of production and marketing technology in dealing with competitors. Furthermore, the formulation of the strategy is processed using QSPM analysis to determine alternative strategies that need to be.

**Keyword:** Marketing Strategy, Agribusiness, Fried Onions

## Pendahuluan

Salah satu jenis usaha agribisnis yang berada di Kabupaten Bireuen adalah usaha Mak Hus yang memproduksi bawang goreng. Bawang merah merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan di Kabupaten Bireuen, maka dari itu home industri pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng perlu di pengembangan dengan baik. Usaha kecil menengah harus di dorong menggunakan teknologi tidak hanya untuk berdaptasi namun juga untuk mengembangkan

usaha di tengah tantangan ekonomi saat ini. Di samping itu diperlukan upaya penanganan pasca panen yang baik untuk memperpanjang masa simpan dalam meningkatkan nilai ekonomi bawang merah misalnya diolah menjadi bawang goreng. Cara tersebut dilakukan untuk mengangkat produksi sekaligus sebagai arah pengembangan komoditi bawang merah. Usaha pengolahan bawang ini, selain akan membantu pemasaran petani, juga dapat mengurangi angka pengangguran di daerah sekitar industri (Putra, 2020).

Bawang goreng memiliki daya simpan yang cukup lama yaitu 7-12 bulan. Industri bawang goreng di tingkat rumah UMKM diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi dan pendapatan petani untuk meningkatkan kesejahteraan petani (Adrian, 2020). Pengembangan bisnis kecil dapat meningkatkan pertumbuhan dan mengubah

✉ Syarifah Maihani  
[syarifahmaihani123@gmail.com](mailto:syarifahmaihani123@gmail.com)

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh, Indonesia.

struktur ekonomi nasional menjadi lebih kokoh dan berimbang. Hasil ini diperoleh karena masyarakat berperan aktif dalam pengembangan usaha nasional yang didukung oleh kebijaksanaan yang lebih mendukung. Maka dari itu diperlukan pemikiran langkah strategis tentang peran penting pengembangan Agribisnis dalam pembangunan ekonomi nasional maka menjadi alasan perlunya penelitian tentang strategi pengembangan Agribisnis Bawang Goreng.

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pihak pengusaha bawang goreng adalah harga bawang merah yang selalu berfluktuasi, dimana pada panen besar harga bawang merah menjadi murah, sebaliknya apabila produksi bawang merah kurang harga bawang merahpun menjadi tinggi, hal ini dapat mempengaruhi proses pemasaran pada produk bawang merah goreng (Wijaya, 2021). Maka perlu dilakukan penelitian tentang strategi pemasaran agribisnis bawang goreng dalam meningkatkan volume penjualan di Kabupaten Bireuen. Berdasarkan pada latar belakang tersebut, strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran juga menetapkan suatu target pasar dan suatu bauran pemasaran terkait. Hal ini merupakan suatu gambaran besar dari apa yang perusahaan akan lakukan dalam beberapa pasar (Pasaribu, 2008). Agar penyusunan rencana pemasaran dapat berjalan dengan baik, maka strategi pemasaran harus dibuat. Perencanaan pemasaran adalah proses pengembangan dan mempertahankan kecocokan strategi antara sasaran dan kemampuan sumber daya serta peluang-peluang pemasaran yang terus berubah (Kotler dan Armstrong, 2006). Rencana penyusunan strategi pemasaran tersebut, akan dijawab melalui rumusan masalah mengenai; (1) bagaimana faktor-faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran agribisnis bawang goreng?, (2) bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman strategi pemasaran agribisnis bawang goreng?, (3) bagaimana strategi pemasaran agribisnis yang tepat pada produk bawang goreng dalam meningkatkan volume penjualan di Kabupaten Bireuen?. Proses dalam penyusunan strategi pemasaran bawang goreng di Kabupaten Bireuen untuk meningkatkan volume penjualan, akan melibatkan kinerja perusahaan dalam kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut akan dipertimbangkan melalui analisis SWOT, yaitu singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan

Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang dan Ancaman dan faktor internal Kekuatan dan Kelemahan.

Sedangkan Kotler (2008:88) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman disebut analisis SWOT. Selanjutnya rumusan strategi tersebut, diolah dengan menggunakan analisis QSPM untuk penetapan strategi alternatif yang perlu untuk diterapkan terlebih dahulu dalam meningkatkan volume penjualan bawang goreng berdasarkan pada nilai TAS tertinggi. QSPM merupakan alat analisis yang digunakan untuk memutuskan strategi yang akan digunakan berdasarkan dari kemenarikan alternatif-alternatif strategi yang ada. Perhitungan QSPM didasarkan kepada input dari bobot matriks internal eksternal, serta alternatif strategi pada tahap pencocokan. QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Seperti alat analisis perumusan-strategi lainnya, QSPM membutuhkan penilaian intuitif yang baik (David, 2009).

## Bahan dan Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggambarkan fakta dan menjelaskan keadaan berdasarkan data angka yang ada dan mencoba menganalisis kebenarannya melalui data yang diperoleh. Penelitian dilakukan di Kabupaten Bireuen. Penentuan lokasi dilakukan secara acak sampling dari beberapa tempat yang memproduksi bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah home industry bawang goreng Mak Hus yang ada di Kabupaten Bireuen, sementara sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan subjek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi. Sampel yang diambil adalah pemilik usaha bawang goreng yang memproduksi bawang goreng. Sementara teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling purposive, yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh bisa lebih representative (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, sehingga harus melakukan pengumpulan data mengenai variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang

ada di pengusaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen. Variabel tersebut disusun berdasarkan hasil observasi di lapangan dan wawancara, yang kemudian menghasilkan data kuesioner, merupakan daftar pertanyaan disusun secara sistematis, untuk diajukan kepada pemilik usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen.

Selanjutnya data hasil kuesioner akan dianalisis menggunakan metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dengan menggunakan tiga tahap pelaksanaan analisis data, yaitu; (1) tahap pemasukan, bertujuan untuk mengidentifikasi faktor Internal dan Eksternal, pemberian bobot setiap faktor pada analisis internal dan eksternal, pemberian Rating untuk menggambarkan efektivitas strategi perusahaan dalam merespon faktor strategis, dan perkalian bobot dan rating menentukan nilai tertimbang tiap faktor yang diperoleh dari perkalian bobot dengan rating (peringkat) setiap faktor. (2) Tahap pencocokan, bertujuan untuk memposisikan perusahaan ke dalam matriks IE (Internal Eksternal), dan pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan faktor internal dan eksternal. (3) Tahap keputusan, bertujuan membuat daftar eksternal dan internal kunci pada kolom dalam QSPM, berdasarkan matriks EFE dan IFE, memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal (bobot yang diberikan sama dengan bobot pada matriks EFE dan IFE), evaluasi matriks tahap pencocokkan dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan, dan menentukan nilai daya tarik (Attractiveness Scores-AS).

## Hasil dan Pembahasan

### Produksi Bawang Merah Goreng Kabupaten Bireuen

Kabupaten Bireuen memberikan pilihan ragam olahan makanan yang berasal dari bawang merah tersebut, salah satunya adalah pengolahan bawang goreng. Pengolahan bawang menjadi bawang goreng merupakan salah satu usaha agroindustri dimana Bawang merah dijadikan sebagai salah satu produk komoditas hortikultura komersial yang dikategorikan tanaman akar, yang banyak dikonsumsi dan dibutuhkan oleh semua kalangan dan banyak sektor mulai dari rumah tangga hingga perusahaan pengolahan makanan (Kanna, 2016).

Menurut Astuti (2020), salah satu produksi rumah tangga yang berbasis bahan baku dari komoditas pertanian adalah industri bawang goreng. Industri bawang goreng memerlukan

pasokan akan bahan baku yang berkelanjutan untuk menjamin terus berlangsung proses produksi serta menjamin ketersediaan produk di pasaran. Karenanya usaha rumahan atau UKM dalam keberlangsungannya diperlukan kemampuan manajemen persediaan bahan baku, proses produksi dan manajemen pemasaran. Dalam perkembangannya, industri rumahan bawang goreng di Kabupaten Bireuen mengalami persaingan yang cukup signifikan, karena beragam produk kemasan bawang goreng mulai bermunculan, sehingga menuntut pelaku usaha bawang goreng perlu memperhatikan kualitas produk, mulai dari kemasan, selera, rasa, dan ketahanan produk. Juga perlu memperhatikan kualitas harga dan cara mempromosikan produknya. Bawang goreng "Mak Hus" diproduksi di alamat: Desa Menasah Dayah Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireuen. Bawang goreng diolah menggunakan minyak goreng biasa. Untuk menjaga kualitas rasa dan aroma, pengolahannya menggunakan bahan bakar alami, yaitu kayu bakar. Produk Bawang Mak Hus menyediakan rasa bawang original, dikemas dengan berat bersih 100 Gram dengan harga rata-rata Rp 5000.

### Strategi Pemasaran Produk BMG Kabupaten Bireuen

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan (Badri, Sutrisno dkk. 2003). Strategi pemasaran yang terkait dalam penelitian ini adalah produk bawang goreng khas Kabupaten Bireuen, yang merupakan usaha rumahan dan produk UKM. Dalam keberlangsungan bisnis bawang merah goreng tersebut, tentunya produsen harus memiliki strategi pemasaran untuk menjawab persaingan yang cukup signifikan, karena beragam produk kemasan bawang goreng mulai bermunculan, sehingga menuntut pelaku usaha bawang merah goreng perlu memperhatikan kualitas produk, mulai dari kemasan, selera, rasa, dan ketahanan produk. Juga perlu memperhatikan kualitas harga dan cara mempromosikan produknya. Strategi pemasaran untuk mencapai tujuan produsen, distributor dan konsumen, sesuai dengan model bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, harga, saluran distribusi, promosi (*product, price, place dan promotion*). Produk bawang merah goreng akan ditentukan dengan adanya

kualitas produk, yang meliputi penampilan, rasa, selera dan ketahanan. Setelah adanya kualitas produk, kemudian akan diperhitungkan dengan adanya harga produk, memperhitungkan keterjangkauan harga, persaingan harga dan kesesuaian harga menurut kualitasnya. Selain penentuan harga, pemasaran bawang goreng juga harus memperhatikan tempat distribusi bawang goreng, yang meliputi akses dan visibilitasnya. Adapun strategi bauran pemasaran yang terakhir akan ditentukan oleh cara untuk mempromosikan produk bawang merah goreng, seperti pengiklanan, penjualan personal dan pemasaran langsung.

### Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Produk BMG Kabupaten Bireuen

Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2006: 18). Metode analisis SWOT tersebut dapat digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan suatu program kerja untuk meningkatkan volume penjualan (Buchari Alma, 2008). Berikut identifikasi faktor Internal dan Eksternal produk bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen secara terperinci:

#### Faktor Internal

Analisis faktor internal menitik beratkan pada identifikasi faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan pada produk usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Kekuatan diidentifikasi dengan tujuan untuk mengetahui apa saja kekuatan perusahaan untuk dapat meneruskan dan mempertahankan bisnis.

Dengan mengetahui kekuatan yang dimiliki akan dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan kekuatan sebagai modal untuk dapat bersaing. Sedangkan mengidentifikasi kelemahan bertujuan untuk dapat mengetahui kelemahan yang dimiliki perusahaan. Karena dengan mengetahui kelemahan tersebut, maka perusahaan dapat berusaha untuk memperbaiki agar menjadi lebih baik. Kelemahan yang tidak atau terlambat teridentifikasi akan merugikan bagi perusahaan. Oleh karena itu dengan semakin cepat mengetahui kelemahan, maka perusahaan juga dapat segera mungkin mencari solusi untuk dapat menutupi kelemahan tersebut (Ward & Peppard, 2002). Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan

kelemahan produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen terdiri dari:

#### Kekuatan (*strength*)

Kekuatan (*strength*) Kekuatan yang dimiliki oleh produk bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen diantaranya adalah: (1) Harga produk yang murah. (2) Dukungan teknologi sehingga pekerjaan cepat, akurat dan transparan. (3) Pengalaman pemilik usaha. (4) Kondisi keuangan baik. (5) Menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk inovatif. (6) Jumlah pemasok yang banyak karena berada di daerah penghasil bawang merah.

Berdasarkan hasil pengamatan melalui wawancara, faktor kekuatan internal bagi produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen dalam keberlangsungannya berkesinambungan dengan besarnya jumlah panen bawang merah di daerah, yang dapat mempengaruhi harga produk bawang goreng. Ciri khas bawang goreng Kabupaten Bireuen selama ini terletak pada bahan baku bawang merah yang dihasilkan dari petani bawang merah di daerah sekitar. Selama persediaan bawang merah hasil panen di daerah memperoleh hasil yang cukup maksimal, maka harga bawang goreng khas Kabupaten Bireuen masih akan tetap terjangkau. Keterjangkauan harga tersebut, juga dipertimbangkan dari kualitas rasa dan kemasan yang dimiliki setiap produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa perkembangan generasi milenial berpengaruh pada proses produksi, menuntut produsen untuk lebih inovatif dalam mengelola rasa dan kemasan menyesuaikan dengan perkembangan zamannya. Produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen saat ini, terbilang cukup inovatif. Sementara kemasan setiap produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen terbilang belum modern masih menggunakan plastik mika dan mereknya masih sangat sederhana dalam proses pendesainannya. Karena itulah, dengan mempertimbangan bentuk inovatif produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen saat ini, rata-rata dikemas dengan berat bersih 100-150 Gram yang dibandrol dengan harga rata-rata Rp 5.000 - 10.000, masih tergolong cukup terjangkau. Selain persoalan harga yang murah, faktor kekuatan lain dari produk bawang merah goreng khas Kabupaten Bireuen adalah adanya dukungan teknologi dalam proses produksi, yang membantu mempercepat pekerjaan dengan akurat dan lebih transparan. Walaupun dalam proses penggorengan bawang merah masih banyak yang menggunakan cara tradisional dengan tungku dan kayu bakar untuk mempertahankan cita rasa khas

dan meminimalisir biaya produksi, akan tetapi dalam proses lainnya seperti pengupasan dan pemotongan bawang merah telah menggunakan mesin pemotong untuk mempercepat produksi dan menghasilkan ukuran potongan bawang yang seragam. Begitu juga dalam proses pengemasannya, mulai dari menimbang berat bersih bawang goreng untuk dikemas sampai proses pembungkusan dalam kemasan, semua dilakukan dengan bantuan kerja mesin untuk menentukan akurasi ukuran produk.

Perhatian pemerintah atas produk bawang goreng tersebut, menjadi kekuatan penopang dalam keberlangsungan agribisnis bawang goreng untuk terus mengalami peningkatan kualitas dan penjualan produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Adapun faktor-faktor kekuatan yang telah disebutkan di atas tidak akan dapat terealisasi tanpa adanya hasil panen bawang merah di Kabupaten Bireuen. Karena kekuatan produksi bawang goreng erat kaitannya dengan jumlah pasokan bawang merah di Kabupaten Bireuen sebagai salah satu kabupaten paling produktif penghasil bawang merah di Indonesia.

### **Kelemahan (Weakness)**

Kelemahan yang terdapat pada produk bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen diantaranya adalah: (1) rendahnya tingkat pendidikan SDM, (2) kurangnya kemampuan dalam pelayanan administrasi, (3) ragam produk yang terbatas, (4) areal perusahaan sempit, (5) manajemen SDM rendah, (6) fasilitas belum lengkap. Berdasarkan hasil wawancara mengenai kelemahan faktor internal tersebut, dapat dijelaskan bahwa dalam proses produksi bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen diperkarai oleh rendahnya tingkat pendidikan SDM. Sumber daya manusia merupakan sumber tenaga dan penggerak bagi keberlangsungan sebuah perusahaan, tidak terkecuali usaha berbasis UMKM bawang goreng di Kabupaten Bireuen, memerlukan sumber daya yang memadai dalam proses produksi, manajemen produksi dan strategi pemasarannya. Adanya sistem pendidikan di suatu negara sangat berperan penting dalam upaya pembangunan sumber daya yang efektif dan efisien berdasarkan sektor untuk perkembangan sebuah negara. Begitu juga dengan Indonesia, khususnya di Kabupaten Bireuen, pendidikan menjadi penentu awal bagi kualitas SDM yang dimilikinya, termasuk pada sektor agribisnis atau bidang usaha bawang goreng. Rendahnya tingkat pendidikan SDM di Kabupaten Bireuen berdampak pada cara etos kerja buruh dalam proses produksi bawang merah goreng, yang

membutuhkan banyak pelatihan kerja untuk memproses bawang goreng. Apalagi dengan adanya teknologi yang digunakan dalam proses produksi bawang merah goreng, membutuhkan pelatihan khusus dan pembiasaan yang cukup lama, agar buruh mampu dengan terampil mengoperasikan mesin produksi. Mak Hus pemilik usaha yang memproduksi bawang goreng adalah ibu rumah tangga tamatan SMP. Yang membantu beliau selama ini hanya anaknya yang bekerja sesuai instruksi dari Mak Hus dan tidak dapat membantu dalam inovatif produk bawang goreng. Sehingga menuntut pemilik usaha merangkap banyak pekerjaan, mulai dari proses penggorengan bawang, pengemasan produk, manajemen keuangan dan strategi pemasarannya. Persoalan tersebut, pada akhirnya berpengaruh pada inovasi ragam produk bawang goreng yang terbatas, karena seharusnya bentuk inovasi produk bawang goreng tumbuh dan berkembang dari pikiran dan etos kerja SDM yang dimiliki, jika suatu perusahaan memiliki sistematis dan struktur SDM yang memadai. Tanpa adanya sistem dan struktur SDM yang memadai, artinya manajemen SDM suatu perusahaan dapat dikatakan rendah, terutama dalam mengelolah administrasi dan pelayanan administrasinya. Rendahnya kemampuan administrasi dan pelayanannya atau manajemen keuangan telah banyak menyebabkan usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen mengalami kebangkrutan atau berhenti produksi. Persoalan manajemen SDM rendah dalam mengelola sistem administrasi, menuntut pemilik usaha mengandalkan jaringan usaha yang dimiliki, seperti unit simpan pinjaman dan program UMKM daerah untuk memperbarui modal biaya produksinya.

Usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen masih terbelang belum cukup mandiri, dikarenakan lemahnya faktor internal perusahaan dalam pengelolaan manajemen keuangan, yang menyebabkan ketergantungan terhadap bantuan pemerintah daerah. Selain persoalan rendahnya SDM, faktor kelemahan internal agribisnis bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen, juga dipengaruhi oleh kurangnya fasilitas yang dimiliki. Karena fasilitas produksi dapat meningkatkan kualitas suatu produk, jaminan fasilitas akan banyak membantu SDM dalam bekerja sesuai bidangnya. Misalnya luasnya areal perusahaan berperan penting dalam keleluasaan kerja buruh, pengawasan dan mengatur manajemen produksi, adanya bidang-bidang ruang dapat dimanfaatkan untuk kenyamanan kerja setiap pegawai menurut bidangnya. Memperhatikan sistem dan struktur SDM berarti juga memberikan kenyamanan

fasilitas kerja bagi pegawai, seperti adanya ruangan khusus bagi tim manajemen dan tim produksi, mulai dari ruang administrasi, ruang penggorengan bawang goreng, ruang proses pengemasan, sampai ruang penyimpanan produk sebelum pendistribusian. Kelengkapan fasilitas juga berhubungan dengan kelengkapan alat produksi untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi bawang merah goreng. Sedangkan fasilitas yang dimiliki terbilang belum cukup memadai, masih menggunakan alat produksi seadanya dan ruang produksi sebatas dapur rumah pemilik usaha, ada juga yang sudah memiliki rumah produksi sendiri maupun kontrak.

### Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal menitik beratkan pada identifikasi pengaruh dari luar yang dapat memberikan peluang dan ancaman pada produk usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu usaha. Dengan mengetahui peluang, baik peluang saat ini maupun peluang di masa yang akan datang, maka perusahaan dapat mempersiapkan diri untuk dapat mencapai peluang tersebut (Ward & Peppard, 2002). Sedangkan ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi yang diinginkan. Karenanya faktor eksternal yang memberikan suatu peluang ataupun memberikan ancaman harus diketahui oleh pemilik usaha bawang goreng, untuk tujuan menemukan strategi dalam peningkatan volume penjualan bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi keberlangsungan usaha bawang goreng dapat dirincikan sebagai berikut:

### Opportunity (Peluang)

Faktor eksternal yang dapat memberikan peluang bagi keberlangsungan usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen dipengaruhi oleh: (1) Bertambahnya pendapatan penduduk perkapita. (2) Akses yang mudah dalam hal transportasi/berbelanja. (3) Perubahan pola hidup (masyarakat ingin sesuatu yg mudah dan praktis). (4) Daerah dalam proses pemekaran. (5) Jumlah penduduk yang meningkat, dan (6) penyewaan tempat berniaga kepada konsumen. Peluang usaha bawang goreng berhubungan dengan pertambahan pendapatan penduduk Kabupaten Bireuen perkapita. Besarnya pencapaian pendapatan perkapita penduduk di suatu daerah menjadi salah

satu indikator kemakmuran. Artinya semakin tinggi pendapatan perkapita semakin makmur daerah tersebut, kemakmuran suatu daerah dapat meningkatkan total pendapatan sektor ekonomi di daerah tersebut, yang membuka peluang besar bagi penjualan produk, membuka relasi investasi dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), sebagai sumber pendanaan belanja daerah.

Karena itu pertumbuhan pendapatan penduduk perkapita yang terjadi di hampir seluruh wilayah Indonesia, termasuk Kabupaten Bireuen menjadi peluang besar bagi keberlangsungan dan perkembangan sektor industri kecil, seperti usaha bawang goreng. Faktor eksternal lain yang memberi peluang bagi usaha bawang goreng adalah kemudahan akses transportasi, sebagai akomodasi perbelanjaan. Perkembangan pembangunan infrastruktur yang terjadi hampir di semua wilayah Indonesia, termasuk Kabupaten Bireuen, berdampak besar bagi sektor perekonomian dalam memudahkan pengadaan bahan produksi dan distribusi produk yang membutuhkan alat transportasi. Kelancaran transportasi dapat diartikan sebagai kelancaran dalam bisnis, karena transportasi dapat menghambat proses produksi, yang menyebabkan naiknya harga suatu produk. Begitu juga dengan usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen, sangat bergantung dengan adanya alat transportasi untuk kebutuhan belanja bahan baku dan distribusi produk. Akses kemudahan transportasi dipengaruhi oleh, infrastruktur jalan raya yang layak, biaya transportasi yang memadai dan harga bahan bakar yang terjangkau, sehingga pengiriman belanja bahan pokok seperti bawang merah, minyak goreng dan lain sebagainya tanpa hambatan dan harga bawang goreng tetap stabil.

Selain kemudahan akses transportasi, faktor eksternal yang dapat memberikan peluang adalah perubahan pola hidup masyarakat yang konsumtif dan instan. Hidup yang konsumtif dan praktis sebagian besar telah mempengaruhi pola hidup masyarakat Indonesia, termasuk di Kabupaten Bireuen, hal tersebut disebabkan pengaruh dari modernitas, daya dan jam kerja masyarakat yang semakin meningkat. Terutama tenaga kerja yang sebagian besar dijalankan oleh perempuan untuk menambah penghasilan rumah tangganya, sehingga ibu rumah tangga tidak lagi sempat memasak di rumah dan lebih mengandalkan makanan instan yang siap saji. Pola hidup tersebut, menjadikan produk bawang merah goreng sebagai salah satu bahan makan yang banyak dibutuhkan, karena adanya kemasan bawang merah goreng dianggap praktis sebagai campuran makanan bagi

sebagian rumah tangga, terutama bagi pedagang makan. Umumnya bawang goreng dijadikan sebagai campuran makanan instan, seperti mie instan, bakso, nasi goreng, sambal dan lain sebagainya.

Meningkatnya jumlah penduduk di Kabupaten Bireuen juga menjadi faktor peluang meningkatnya volume penjualan bawang merah goreng. Semakin bertambahnya kependudukan suatu daerah, akan mempengaruhi jumlah kebutuhan hidup masyarakat dari sandang sampai persoalan pangan. Apalagi dengan perubahan pola hidup masyarakat yang konsumtif dan instan, tentu akan sangat banyak mempengaruhi volume penjualan produk pangan, termasuk bawang goreng.

### Ancaman (Treath)

Faktor eksternal yang dapat memberikan ancaman bagi keberlangsungan usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen adalah: (1) meningkatnya persaingan (2) banyak kompetitor meniru inovasi produk, (3) pesaing mulai memperluas wilayah penjualan, (4) munculnya produk baru sejenis yang ditawarkan, (5) munculnya perkembangan teknologi, dan (6) harga bahan baku bawang yang selalu fluktuatif. Secara mendasar ancaman terhadap usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen disebabkan oleh banyaknya kompetitor, hal ini dapat terjadi karena Kabupaten Bireuen termasuk sebagai kabupaten penghasil bawang. Pasokan bawang yang tersedia dianggap sebagai kesempatan yang memberi keuntungan besar bagi usaha bawang merah goreng, belum lagi bawang merah goreng dijadikan sebagai salah satu produk inovatif khas Kabupaten Bireuen, sehingga dianggap sebagai peluang besar dengan modal usaha terjangkau untuk mendirikan perusahaan rumah tangga bawang goreng.

Munculnya banyak inovasi produk, mempengaruhi daya saing bagi pengusaha bawang goreng. Artinya dalam keberlangsungannya setiap produk bawang goreng harus benar-benar memikirkan inovasi produk yang dimilikinya untuk bersaing di pasar, jika berhenti dengan produk yang sebelumnya maka dimungkinkan produk tersebut akan kalah dengan produk baru yang lebih inovatif. Munculnya banyak kompetitor produk juga mempengaruhi wilayah penjualannya, wilayah yang sebelumnya menjadi pasar produk A, kini wilayah tersebut terbagi menjadi pasar produk A, B dan C. Sehingga pasar penjualan produk bawang goreng di suatu wilayah semakin menyempit karena adanya banyak jenis produk baru yang ditawarkan. Karenanya selain inovasi produk, setiap produk bawang merah goreng harus mengoptimalkan

manajemen dan strategi produksi, distribusi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor Inovasi produk bawang merah goreng akan selalu bersifat dinamis, sebagaimana produk produk lainnya, menyesuaikan dengan perkembangan zamannya.

Termasuk perkembangan teknologi, mulai dari teknologi mesin produksi sampai teknologi informasi yang dimanfaatkan untuk strategi pemasaran. Faktor eksternal yang ada tersebut, harus benar-benar dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing di pasar bawang merah goreng. Sebagai contoh adanya perkembangan teknologi mesin produksi akan mempengaruhi kualitas produk, mulai dari percepatan, ketepatan, kebersihan dan pengemasan produk bawang merah goreng. Semakin baik kualitas produk bawang merah goreng yang ditawarkan, maka wilayah penjualannya akan semakin meluas mengalahkan kompetitor produk bawang merah goreng lainnya. Sedangkan faktor ancaman jangka panjang bagi produk bawang merah goreng adalah harga bahan baku bawang merah yang selalu fluktuatif. Naiknya harga bawang merah dari petani, nantinya akan sangat mempengaruhi harga bawang goreng, karena memperhitungkan harga bawang goreng agar tetap stabil dan terjangkau berarti akan meminimalisir berbagai proses produksi, inovasi, distribusi dan manajemen pemasaran sesuai pendapatannya, sehingga produk bawang goreng di Kabupaten Bireuen akan mengalami hambatan bahkan kemacetan.

### Analisis Perumusan Strategi Alternatif Melalui SWOT

Analisis perumusan strategi dengan menggunakan SWOT, dimaksudkan untuk mengevaluasi data yang diperoleh pada saat penelitian yang berkaitan dengan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen. Analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor internal kekuatan (Strengths) dengan kelemahan (Weaknesses) (Rangkuti. 2006).

Metode analisis SWOT diterapkan dengan menggunakan matrik IFAS untuk mengevaluasi faktor internal dan menggunakan matrik EFAS sebagai cara untuk mengevaluasi faktor eksternal. Berikut tahapan perumusan matrik IFAS dan EFAS berdasarkan data yang diperoleh pada saat penelitian:

### Perumusan Matriks IFAS

Setelah faktor-faktor internal yang mempengaruhi kekuatan dan kelemahan usaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen diidentifikasi, selanjutnya data yang diperoleh

akan dievaluasi menggunakan matrik faktor strategi internal (IFAS= Internal factors Analysis Summary). Berikut hasil matrik IFAS dan EFAS berdasarkan data yang diperoleh pada saat penelitian:

Tabel 1. Penilaian, Bobot, Rating dan Skor Faktor Internal

cc	Kekuatan	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1	Harga Prduk Murah	37	0.09	4.1	0.37
2	Dukungan Teknologi	40	0.10	4.4	0.44
3	Pengalaman Pemilik Usaha	39	0.09	4.3	0.38
4	Kondisi Keuangan Baik	37	0.08	4.1	0.33
5	Pemimpin Produktif Inovatif	39	0.09	4.1	0.38
6	Jumlah Pasokan Bawang Merah	39	0.09	4.1	0.39
<b>Total</b>		<b>2.31</b>	<b>0.54</b>	<b>3.3</b>	<b>2.38</b>
1	Pendidkan SDM Terendah	3.0	0.07	3.3	0.23
2	Manajemen Administrasi lemah	3.5	0.08	3.9	0.09
3	Ragam Prduk Terbatas	2.5	0.07	2.8	0.22
4	Areal Industri Sempit	2.9	0.07	3.2	0.22
5	Manajemen SDM Rendah	2.8	0.07	3.1	0.22
6	Fasilitas Belum Lengkap	2.9	0.07	3.2	0.22
<b>Total</b>		<b>176</b>	<b>042</b>		<b>137</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>407</b>	<b>0.96</b>		<b>3.65</b>

Berdasarkan tabel di atas, analisis data menggunakan IFAS menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki skor 2,28, dengan bobot secara keseluruhan mencapai 0,54%. Sedangkan faktor kelemahan hanya memiliki sektor 1,37, dengan bobot 0,42% saja. Secara keseluruhan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan mencapai skor 3,65 dengan bobot 0,96%. Analisis tersebut mencapai hasil bahwa skor faktor kekuatan bagi usaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen lebih besar dibandingkan dengan skor faktor kelemahannya.s

### Perumusan Matriks EFAS

Langkah selanjutnya adalah menyusun faktor-faktor eksternal yang telah diidentifikasi dapat memberikan peluang dan ancaman terhadap usaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen, untuk dievaluasi menggunakan matrik faktor strategi eksternal (EFAS= External factors Analysis Summary). Berikut hasil penyusunan matriks IFAS menurut Freddy Rangkuti (2001): Tabel 2. Penilaian Bobot, Rating dan Skor Faktor Eksternal.

Tabel 2. Penilaian, Bobot, Rating dan Skor Faktor Eksternal

No	Kekuatan	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
1	Pendapatan Penduduk Perkapita	41	0.10	4.1	0.45
2	Akses Transprtasi Mudah	39	0.09	4.3	0.39
3	Perubahan Pola hidup	39	0.09	4.3	0.39
4	Pemekaran daerah	36	0.01	4.0	0.32
5	Jumlah Penduduk Meningkat	38	0.09	4.2	0.38
6	Persewaan Tempat Niaga	28	0.06	4.31	0.19
<b>Total</b>		<b>2.21</b>	<b>0.51</b>		<b>2.12</b>
1	Kompetitor Inovasi Produk	3.5	0.08	3.9	0.31
2	Wilayah Penjualan Kompetitor	3.6	0.08	4.0	0.32
3	Ragam Prduk Terbatas	4.0	0.10	4.4	0.44
4	Penawaran Prduk Baru Sejenis	4.3	0.10	4.7	0.47
5	Munculnya Teknologi Baru	3.9	0.00	4.3	0.39
<b>Total</b>		<b>.193</b>	<b>045</b>		<b>.193</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>4.4</b>	<b>0.96</b>		<b>4.65</b>

Berdasarkan tabel di atas, analisis data menggunakan EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang memiliki skor 2,12, dengan bobot secara keseluruhan mencapai 0,51%. Sedangkan faktor

ancaman hanya memiliki skor 1,93, dengan bobot 0,45% saja. Secara keseluruhan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan mencapai skor 4,05 dengan bobot 0,96%. Analisis tersebut



mencapai hasil bahwa skor faktor peluang bagi usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen lebih besar dibandingkan dengan skor faktor ancamannya.

Perumusan Matrik SWOT

Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan analisis IFAS dan EFAS diperoleh alternatif strategi untuk meningkatkan volume penjualan produk bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen. Selanjutnya alternatif tersebut akan

dirumuskan menggunakan matrik SWOT untuk menemukan rumusan strategi SO (Strength and Opportunity), WO (Weakness and Opportunity), ST (Strength and Threat) dan WT (Weakness and Threat), akan digunakan untuk memperbaiki kelemahan pada usaha bawang merah goreng di Kabupaten Nganjuk untuk meminimalisir ancaman, dan untuk bertahan dalam peta persaingan. Berikut susunan rumusan strategi berdasarkan matrik SWOT.

Tabel 3 Analisis Matrik SWOT

Faktor Internal          Faktor Eksternal	<p>Strenghts (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Prduk Murah</li> <li>2. Dukungan Teknologi</li> <li>3. Pengalaman Pemilik Usaha</li> <li>4. Kondisi Keuangan Baik</li> <li>5. Pengusaha Produktif</li> <li>6. Pasokan bawang Merah</li> </ol>	<p>Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendidikan SDM rendah.</li> <li>2. Administrasi Buruk</li> <li>3. Ragam Prduk terbatas.</li> <li>4. Areal Usaha Sempit</li> <li>5. Manajemen Rendah</li> <li>6. Fasilitas Belum Lengkap</li> </ol>
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan Penduduk meningkat</li> <li>2. Akses Transprtasi Mudah</li> <li>3. Pola hidup</li> <li>4. Pemekaran Daerah</li> <li>5. Jumlah penduduk meningkat</li> <li>6. Tempat usaha milik pribadi</li> </ol>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan Harga Produk dan Meningkatkan Kualitas Produk</li> <li>2. Mengembangkan Varian dan Desaian Produk</li> </ol>	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan dan meningkatkan KualiatS SDM</li> <li>2. Memaksimalkan Fasilitas Yang di Miliki</li> </ol>
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetitor inovasi Produk.</li> <li>2. Wilayah Penjualan Kompetitor</li> <li>3. Penawaran Produk Sejenis</li> <li>4. Munculnya Teknolgi Baru</li> <li>5. Harga Bawang Mearah Flutuatif</li> </ol>	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun Strategi Untuk Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.</li> <li>2. Memperkuat Modal Usaha</li> </ol>	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan Manjemen Strategi Priduksi Distribusi dan Pemasarandalam Mengahdapi Kompetitor.</li> <li>2. Memanfaatkan Dukungan Teknologi Produksi dan Pemasaran Dalam Menghadapi Kompetitor</li> </ol>

Tabel tersebut, merumuskan bahwa strategi SO (*Strength and Opportunity*) untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan cara mempertahankan harga produk dan meningkatkan kualitas produk bawang merah goreng, serta mengembangkan varian dan desain produk yang tepat sesuai pasar. Sedangkan strategi WO (*Weakness and Opportunity*) dalam memperbaiki dan membenahi kelemahan perlu untuk memaksimalkan dan meningkatkan profesionalisme SDM, sekaligus memaksimalkan fasilitas yang dimiliki. Sementara strategi ST (*Strength and Threat*) untuk mengurangi dan meminimalisir ancaman yang akan terjadi memerlukan penyusunan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat modal usaha. Adapun strategi WT (*Weakness and Threat*) yang digunakan untuk strategi bertahan dan memperbaiki kelemahan serta meminimalisir

ancaman yang akan terjadi diperlukan usaha mengoptimalkan manajemen strategi produksi, distribusi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor, serta usaha untuk memanfaatkan dukungan teknologi produksi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor.

**Penetapan Strategi Pemasaran**

Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Penetapan strategi merupakan hasil akhir dari penelitian ini untuk dapat menjadi bahan acuan bagi pemilik usaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen, agar usaha yang dijalankan dapat meningkatkan volume penjualannya. Adapun hasil yang diperoleh berdasarkan analisis SWOT diperlukan penerapan strategi SO (Strength and Opportunity) untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki dengan cara mempertahankan harga produk dan meningkatkan kualitas produk bawang merah goreng, serta mengembangkan varian dan

desain produk yang tepat sesuai pasar. Selanjutnya diperlakukan strategi ST (Strength and Threat) untuk mengurangi dan meminimalisir ancaman yang akan terjadi memerlukan penyusunan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat modal usaha. Kemudian diperlukan penerapan strategi WO (Weakness and Opportunity) dalam memperbaiki dan membenahi kelemahan perlu untuk memaksimalkan dan meningkatkan profesionalisme SDM, sekaligus memaksimalkan fasilitas yang dimiliki. Sementara yang terakhir adalah penerapan strategi WT (Weakness and Threat) yang digunakan untuk strategi bertahan dan memperbaiki kelemahan serta meminimalisir ancaman yang akan terjadi diperlukan usaha mengoptimalkan manajemen strategi produksi, distribusi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor, serta usaha untuk memanfaatkan dukungan teknologi produksi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor.

Adapun langkah-langkah penerapan strategi SO, ST, WO dan WT berlandaskan dari hasil matrik QSPM tentang pemilihan alternatif strategi yang paling diminati. Alternatif strategi dengan nilai TAS tertinggi menjadi strategi yang perlu dilakukan terlebih dahulu oleh pengusaha bawang merah goreng di Kabupaten Bireuen. Hasilnya menunjukkan bahwa pengusaha bawang merah goreng harus terlebih dahulu memaksimalkan dan meningkatkan profesionalisme SDM. Kemudian mulai untuk mengoptimalkan manajemen strategi produksi, distribusi dan pemasaran, serta memaksimalkan fasilitas yang dimiliki, dengan adanya fasilitas yang memadai maka perusahaan dapat mengembangkan varian dan desain produk yang tepat sesuai pasar. Selanjutnya mulai menyusun strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang memerlukan dukungan teknologi produksi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor. Jika semua strategi alternatif tersebut dapat dilaksanakan, maka pengusaha bawang merah goreng hanya perlu mempertahankan harga produk dan selalu meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat modal usaha untuk menghadapi resiko dikemudian hari.

### Simpulan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bawang goreng yang dijalankan Mak Hus di Kabupaten Bireuen dalam keberlangsungannya memiliki strategi pemasaran. Strategi pemasaran tersebut diidentifikasi dan menghasilkan kesimpulan bahwa analisis SWOT dari IFAS

menunjukkan faktor kekuatan memiliki skor 2,28, dengan bobot secara keseluruhan mencapai 0,54%. Sedangkan faktor kelemahan hanya memiliki skor 1,37, dengan bobot 0,42% saja. Analisis tersebut mencapai hasil bahwa skor faktor kekuatan bagi usaha bawang goreng di Kabupaten Nganjuk lebih besar dibandingkan dengan skor faktor kelemahannya. Sementara analisis EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang memiliki skor 2,12, dengan bobot secara keseluruhan mencapai 0,51%. Sedangkan faktor ancaman hanya memiliki skor 1,93, dengan bobot 0,45%. Analisis tersebut mencapai hasil bahwa skor faktor peluang bagi usaha bawang goreng di Kabupaten Bireuen lebih besar dibandingkan dengan skor faktor ancamannya. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan analisis IFAS dan EFAS diperoleh rumusan strategi SO (Strength and Opportunity) untuk mempertahankan harga produk dan meningkatkan kualitas produk bawang merah goreng, serta mengembangkan varian dan desain produk yang tepat sesuai pasar. Sedangkan strategi WO (Weakness and Opportunity) diperlukan untuk memaksimalkan dan meningkatkan profesionalisme SDM, sekaligus memaksimalkan fasilitas yang dimiliki. Sementara strategi ST (Strength and Threat) diperlukan untuk menyusun strategi dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat modal usaha. Adapun strategi WT (Weakness and Threat) digunakan untuk mengoptimalkan manajemen strategi produksi, distribusi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor, serta usaha untuk memanfaatkan dukungan teknologi produksi dan pemasaran dalam menghadapi kompetitor. Setelah memperoleh alternatif strategi berdasarkan rumusan matrik SWOT, selanjutnya adalah penetapan strategi alternatif melalui analisis matriks QSPM. Hasil analisis matrik QSPM menjelaskan bahwa, alternatif strategi yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan bawang goreng di Kabupaten Bireuen berdasarkan pada nilai TAS (Total Attractiveness Score). Nilai tertinggi dari TAS merupakan strategi yang perlu untuk dilakukan terlebih dahulu dalam meningkatkan volume penjualan bawang merah goreng. Hasil alternatif strategi berdasarkan nilai TAS tertinggi sampai terendah dijadikan saran pada sub-bab selanjutnya.

### Referensi

- Adrian, A., Lamusa, A., & Sulaeman, S. (2020). Persediaan Bahan Baku Bawang Putih Goreng Pada Ukm Hj Mbok Sri Di Kota Palu. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 8(3), 528-533.
- Astuti, Yesmawati., Harta, & Reswita. (2019). Pendapatan Usaha dan Persediaan Bahan Baku Industri Bawang Goreng. *Agribisines Jurnal*, 13(2), 9.

- Kotler, P. dan Amstrong. 2006. Prinsipprinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. terjemahan Hendra Teguh edisi kedua belas. cetakan kedua. Penerbit : Prenhalindo. Jakarta
- Putra, D. A. P. (2020). Pengembangan Usaha Bawang Merah Goreng Ud. Super Quality Dengan Pendekatan Decision Support System (Dss. Skripsi (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Wijaya, D. R., Talkah, A., & Daroini, A. (2021). Strategi Pemasaran Agribisnis Bawang Merah Goreng Dalam Meningkatkan Volume penjualan Di Kabupaten Nganjuk. Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis, 21(2), 102-119.