

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KERIPIK KULIT IKAN PATIN
(STUDI KASUS PADA RAFIN'S SNACK KABUPATEN PRINGSEWU)**

*(Development Strategy of Pangasius Skin Chips Agroindustry: A Case Study in Rafin's Snack
Pringsewu Regency)*

Anindya Putri Nismara, Dwi Haryono, Muhammad Irfan Affandi

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1
Bandar Lampung, 35141, e-mail : dwi.haryono@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the development strategy of the Pangasius skin chips agroindustry. The location of this research was determined with consideration of Rafin's Snack is the largest chip agroindustry in Pajaresuk District and yet still has the potential to be developed. Respondents in this study consisted of various parties involved in the analysis of the development strategy for the agroindustry, namely agroindustry owners, representatives of the Pringsewu District Fisheries Service, the Office of Cooperatives, SMEs, Industry and Trade of Pringsewu District, and a lecturer at the University of Lampung. Data were collected in January 2023. The analytical method used was SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) analysis and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) analysis. The results showed that the main strength of Rafin's Snack Agroindustry is the availability of sufficient raw materials, the main weakness is limited capital, the main opportunity is wide market reach, and the main threat is the change in consumers' tastes. The prioritized development strategies of Rafin's Snack Agroindustry are to do consumer research and to adapt by creating more flavors to the product, to use a cloud-based cashier application (point of sale) in making transactions, to use electronic words of mouth (eWOM) by using the services of influencers or key opinion leaders (KOL) for promoting product and improving brand awareness, to organize educational seminars in collaboration with universities (business goes to campus) to strengthen brand identity and build consumer trust, as well as to utilize production machine provided by the Pringsewu District Fisheries Service.

Key words: Development strategy, pangasius skin chips, QSPM, SWOT

Received: 26 May 2023 Revised: 19 June 2023 Accepted: 1 August 2023 DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v11i3.7260>

PENDAHULUAN

Perbaikan keuangan suatu negara dalam jangka panjang akan mempengaruhi perubahan konstruksi perekonomian negara tersebut. Kemampuan moneter suatu wilayah akan memengaruhi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Wilayah Lampung merupakan salah satu daerah yang menjadikan sektor agraris sebagai tumpuan perekonomiannya. Luas lahan pertanian memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap penataan PDRB di Wilayah Lampung.

Sektor industri merupakan salah satu sektor andalan yang berperan penting dalam perekonomian nasional. Sektor industri memberikan kontribusi dalam penyedia lapangan usaha terbesar dalam tenaga kerja. Tingginya kontribusi tersebut menyebabkan sektor industri secara perlahan-lahan menggeser peranan sektor pertanian dalam struktur

perekonomian (Rahmah dan Widodo 2019). Sektor manufaktur merupakan salah satu sektor industri yang memberikan kontribusi cukup besar (BPS 2023). Pengolahan hasil pertanian menjadi fokus industri pengolahan makanan. Pengertian dari agroindustri adalah industri pengolahan yang menggunakan bahan baku hasil pertanian. Tujuan kegiatan agroindustri adalah untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan produsen, memperpanjang umur simpan produk yang dapat dijual, digunakan, atau dimakan, dan meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Produk agroindustri yang dihasilkan umumnya memiliki nilai tambah yang bermanfaat karena perubahan bentuk dan kemasannya.

Agroindustri Rafin's Snack merupakan salah satu pelaku usaha di Provinsi Lampung yang bergerak dalam kegiatan agroindustri. Agroindustri Rafin's Snack merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memasarkan keripik kulit ikan patin. Agroindustri Rafin's Snack dalam

memenuhi kebutuhan produksinya mendapatkan bahan baku dari Tanjung Bintang dan Medan. Agroindustri Rafin's Snack dalam menyediakan komponen bahan bakunya sangat memerhatikan kualitas. Agroindustri Makanan Ringan Rafin harus memerhatikan strategi pengembangan yang harus dilaksanakan sesuai dengan visi dan misi perusahaan disamping kualitas bahan baku.

Visi Agroindustri Rafin's Snack adalah menjadikan produk anak bangsa mampu go internasional. Misi untuk mewujudkan visi Rafin's Snack, yaitu (1) Menciptakan produk inovatif yang sehat, berkualitas dan berdaya saing, (2) Memberikan kesempatan kerja yang luas kepada masyarakat dan petani penghasil bahan baku, (3) Memanfaatkan media online secara maksimal untuk pemasaran, (4) Membangun sumber daya manusia yang cerdas, bertanggung jawab, loyalitas tinggi dan melek teknologi, dan (5) Menjadikan pelanggan Rafin's sebagai sahabat Rafin's.

Penentuan strategi dilakukan untuk memutuskan kegiatan-kegiatan di masa depan dengan penuh niat bekerja pada sifat pekerjaan dan kapasitas khusus sehingga target akan tercapai secara ideal (Ajizah, Widjaya, Situmorang 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal Agroindustri Keripik Kulit Ikan Patin dan merumuskan strategi pengembangan Agroindustri Keripik Kulit Ikan Patin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada Agroindustri Rafin's Snack yang terletak di Desa Pajaresuk, Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu. Lokasi tersebut ditentukan secara terencana (*purposive*) Agroindustri Rafin's Snack merupakan agroindustri keripik terbesar di Kecamatan Pajaresuk serta memiliki potensi untuk dikembangkan. Responden dalam pemeriksaan ini meliputi berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pergerakan usaha agroindustry sebanyak lima responden. Pengumpulan data dilakukan pada Januari 2023. Studi ini menggunakan data sekunder dan data primer. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan lembaga pemerintah seperti Badan Pusat Statistik (BPS) menyediakan data sekunder.

Penggunaan matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM, metode analisis deskriptif kualitatif

digunakan untuk melakukan analisis data lingkungan internal dan eksternal agroindustri sebagai bagian dari strategi pengembangan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) menggambarkan hasil analisis faktor internal yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Pemeriksaan luar dilakukan untuk mengenali pintu terbuka yang berharga dan bahaya yang diperkenalkan dalam matriks *External Factor Evaluation* (EFE).

Rangkuti (2015) mengatakan bahwa matriks internal-eksternal (IE) Rangkuti bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang posisi perusahaan dan arah masa depan. Skor gabungan dari matriks IFE dan EFE digunakan dalam pemetaan matriks IE. Sembilan sel dapat diidentifikasi menggunakan hasil matriks IE. Sel-sel ini dapat digunakan dalam tiga cara utama: yaitu *grow and build* pada sel I, II, atau IV, *hold and maintain* pada sel III, V, atau sel VII, dan *harvest and divest* pada sel VI, VIII, atau IX.

Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) digunakan untuk memasukkan baik faktor internal maupun eksternal yang diperoleh dari pendampingan. Sel kekuatan-peluang (S-O), kelemahan-peluang (W-O), kelemahan-ancaman (W-T), dan kekuatan-ancaman (S-T) yang dapat dihasilkan oleh matriks SWOT adalah empat kemungkinan sel strategi alternatif. (Maharani, Haryono, Nugraha 2022).

Prioritas strategi pengembangan Agroindustri Rafin's Snack akan ditentukan melalui analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan prioritas yang telah ditetapkan dengan matriks QSPM, maka strategi yang dikembangkan dengan menggunakan matriks SWOT akan segera disusun. Alternatif strategi, faktor kunci, bobot, AS (nilai daya tarik), TAS (nilai daya tarik total), dan nilai daya tarik total merupakan komponen dari QSPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Agroindustri

Agroindustri Rafin's Snack didirikan pada 14 Agustus 2018. Awalnya Rafin's muncul karena banyaknya peminat makanan ringan serupa, namun makanan ringan tersebut ternyata adalah makanan impor. Pemilik berinisiatif untuk membuat produk serupa dan memodifikasinya. Bahan baku yang digunakan untuk produk utama Agroindustri Rafin's Snack adalah kulit ikan patin yang didapatkan dari *supplier* di Tanjung Bintang dan Medan dengan harga beli yaitu Rp65.000.00,00/kg

Tabel 1. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) Agroindustri Rafin's Snack

No	Internal factors	Rating	Bobot	Score (R x B)	Ranking
1.	<i>Strength</i>				
A	Ketersediaan bahan baku yang cukup	4	0,16105	0,64419	1
B	Kelengkapan legalitas perusahaan	4	0,08507	0,34027	3
C	Kemasan produk menarik	3	0,06032	0,18097	5
D	Harga sesuai dengan kualitas produk	3	0,08732	0,26195	4
E	Promosi telah efektif	4	0,08939	0,35755	2
2.	<i>Kelemahan</i>				
A	Keterbatasan modal	4	0,13650	0,54602	1
B	Sumberdaya manusia kurang kompeten	3	0,10527	0,31581	3
C	Pencatatan keuangan kurang baik	2	0,06929	0,13858	5
D	Produksi secara tradisional	2	0,08290	0,16579	4
E	Fleksibilitas belum baik	4	0,12290	0,49159	2
Total Nilai IFE			1,00000	3,44272	

Tabel 2. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) Agroindustri Rafin's Snack

No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Skor (R x B)	Ranking
<i>Peluang</i>					
A	Dukungan pemerintah	3	0,050965	0,15289	5
B	Produk dikenal luas oleh masyarakat	3	0,082051	0,24615	4
C	Daya saing produk tinggi	4	0,093114	0,37245	3
D	Jangkauan pasar luas	4	0,106349	0,42540	1
E	Persaingan produk meningkat dengan bermitra	4	0,093187	0,37275	2
<i>Ancaman</i>					
A	Kompetitor produk sejenis	1	0,066618	0,06662	5
B	Permintaan tidak pasti	4	0,135263	0,54105	2
C	Harga bahan baku relatif mahal	4	0,132943	0,53177	3
D	Lokasi jauh dari pemasok	3	0,095385	0,28615	4
E	Perubahan selera masyarakat	4	0,144127	0,57651	1
Total Nilai EFE			1,000000	3,57175	

- Rp120.000,00/kg tergantung lokasi, waktu dan jumlah pembelian bahan baku. Penggunaan bahan baku kulit ikan patin dalam satu siklus produksi yaitu sebanyak 100kg.

Lingkungan Internal

Produksi

Kegiatan produksi keripik kulit ikan patin dilakukan dua kali dalam seminggu. Bahan baku kulit ikan patin didapatkan dari Tanjung Bintang dan Medan. Satu siklus produksi menggunakan bahan baku sebanyak 100 kg. Pembelian bahan baku langsung dilakukan kurang lebih empat kali dalam satu bulan, sehingga biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku langsung kurang lebih Rp 48.000.000,00 – Rp 49.170.000,00 per bulan. Pengadaan bahan baku di Agroindustri Rafin's Snack dapat dipenuhi sesuai dengan kebutuhan dalam proses produksi.

Pemasaran

Agroindustri Rafin's Snack telah berhasil

memasarkan produk mereka dengan efektif melalui pendekatan *personal selling* dan memanfaatkan media sosial serta *online marketplace* sebagai *platform* penjualan. Mereka berhasil melakukan strategi pemasaran tersebut tidak hanya di kota-kota seperti Jakarta, Bogor, dan Bandung, tetapi juga di luar negeri, seperti China dan Mesir dengan berbagai jenis ekspedisi. Agroindustri Rafin's Snack menargetkan penjualan produk mereka baik di toko ritel maupun toko oleh-oleh.

Sumber Daya Manusia

Agroindustri Rafin's Snack, dalam menjalankan produksinya memiliki 10 tenaga kerja yang berasal dari komunitas lokal sekitar agroindustri. Tenaga kerja terbagi berdasarkan spesialisasi, mulai dari penerimaan bahan baku, penjemuran, pemotongan, penyortiran, penggorengan, pembumbuan, hingga pengemasan. Tenaga kerja ini berasal dari masyarakat sekitar lokasi produksi, dengan mayoritas memiliki latar belakang pendidikan SMA dan merupakan ibu rumah tangga.

Keuangan

Pencatatan keuangan adalah bentuk pembukuan baik secara manual maupun digital atas segala aktivitas keuangan tersebut. Agroindustri Rafin's Snack melakukan pencatatan arus kas namun belum disusun hingga tahap laporan keuangan. Selain itu, pencatatan transaksi pada *outlet* Rafin's Snack masih dilakukan secara manual.

IFE

Penilaian faktor internal untuk kekuatan yang paling utama adalah ketersediaan bahan baku yang cukup, dengan skor 0,64419, sesuai hasil *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada Tabel 1. Bobot yang diberikan adalah 0,16105 dengan rating 4 yang menyiratkan aksesibilitas bahan alami yang memadai memiliki dampak yang "sangat kuat" pada peningkatan Agroindustri Rafin's Snack.

Keterbatasan modal merupakan kelemahan yang berada pada peringkat 1 memiliki skor sebesar 0,54602. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan modal berdampak "sangat kuat" terhadap pertumbuhan Agroindustri Rafin's Snack dan merupakan penghambat pertumbuhan usaha yang paling signifikan.

Lingkungan Eksternal

Kebijakan Pemerintah

Peran penting pemerintah, terutama Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu, sangat berarti bagi kemajuan Agroindustri Rafin's Snack dalam upaya pengembangan usahanya. Mereka memberikan dukungan melalui berbagai program, seperti pelatihan dan penyuluhan kepada pemilik serta karyawan usaha untuk membantu pengelolaan agroindustri.

Pelanggan

Pelanggan Agroindustri Rafin's Snack tersebar di berbagai wilayah, termasuk di Indonesia, terutama di Provinsi Lampung dan wilayah Jabodetabek, juga hingga ke China dan Mesir. Konsumen dari Agroindustri Rafin's Snack bervariasi, mulai dari distributor besar hingga toko ritel seperti Gelael, Hai Toms, dan Banana Foster. Selain itu, Agroindustri Rafin's Snack juga melayani pembelian untuk konsumen perorangan.

Teknologi

Agroindustri Rafin's Snack masih mengandalkan metode tradisional. Penggorengan dilakukan menggunakan wajan dan kompor, tanpa memanfaatkan mesin, sementara proses penjemuran masih mengandalkan sinar matahari. Keputusan untuk tetap menggunakan metode

tradisional dipengaruhi oleh keterbatasan dana dan juga keterbatasan keahlian tenaga kerja terkait penggunaan peralatan modern. Keterbatasan ini menyebabkan proses produksi memakan waktu yang cukup lama.

Pesaing

Agroindustri Rafin's Snack menghadapi persaingan dari pesaing sejenis, termasuk Keripik Raja Patin dan Keripik Nyonya Patin, yang menawarkan harga lebih rendah. Meskipun produk keripik kulit ikan patin yang dihasilkan Agroindustri Rafin's Snack memiliki kualitas baik dari segi rasa dan kemasan, namun pesaing tetap menjadi ancaman. Hal tersebut dikarenakan mayoritas konsumen cenderung memilih produk sejenis dengan harga lebih terjangkau.

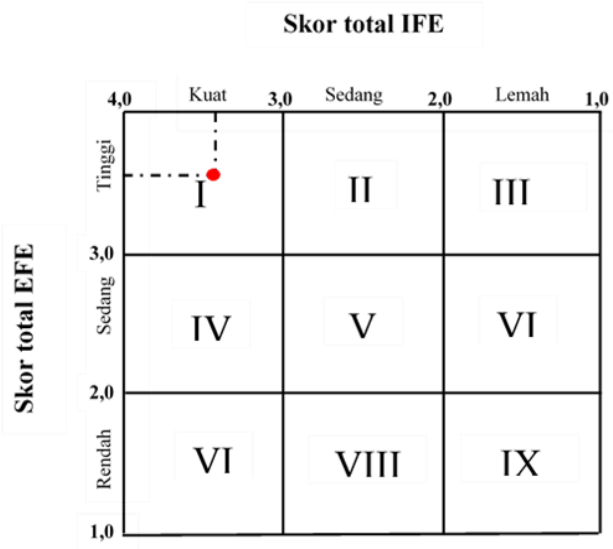
EFE

Berdasarkan Tabel 2, aspek eksternal untuk peluang terbesar adalah jangkauan pasar yang luas, yang mendapat skor 0,4254 dalam hasil *External Factor Evaluation* (EFE). Aspek tersebut memiliki bobot 0,1063 dan peringkat 1. Hal ini mengindikasikan bahwa jangkauan pasar yang luas memberikan dampak yang "sangat signifikan" terhadap pertumbuhan Agroindustri Rafin's Snack.

Perubahan selera masyarakat memiliki bobot 0,1441 dengan skor 0,5765 berada pada peringkat 1. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan selera atau preferensi masyarakat sangat mengancam pertumbuhan Agroindustri Rafin's Snack. Analisis preferensi konsumen penting dilakukan untuk membantu produsen merancang strategi pemasaran yang tepat guna memenangkan persaingan terhadap merek yang beredar di pasaran (Balqis, Abidin, Situmorang 2022).

Matriks IE

Matriks IE adalah matriks yang akan membentuk nilai matriks IFE dan matriks EFE berdasarkan hasil tangkapan skor total IFE dan EFE. Sumbu X menggunakan nilai total terbobot dari matriks IFE, dan sumbu Y menggunakan nilai total terbobot dari matriks EFE (Effendi, Astuti dan Melati 2017). Matriks IE Agroindustri Rafin's Snack pada Gambar 1 menunjukkan Agroindustri Rafin's Snack berada pada sel I. Hal tersebut mengindikasikan strategi yang tepat untuk Agroindustri Rafin's Snack adalah *grow and build* atau tumbuh dan kembangkan. Hasil yang serupa terdapat pada penelitian Dafir (2022), tentang analisis strategi SWOT pada usaha kerupuk gonggong. Penelitian tersebut merupakan studi kasus pada perusahaan kerupuk CV Kyria Rezeki



Gambar 1. Matriks *Internal External* (IE)

Kota Tanjungpinang. Penelitian tersebut menghasilkan matriks IE pada sel 1 dan menerapkan strategi *grow and build* (tumbuh dan kembangkan). Hunger dan Wheelen (2003) mengatakan bahwa pertumbuhan perusahaan yang dilakukan dengan berkonsentrasi pada perusahaan itu sendiri, dapat dicapai dengan integrasi horizontal yaitu dengan memperluas kegiatan perusahaan ke dalam lokasi geografis yang berbeda dan/atau menambah jenis produk dan jasa yang ditawarkan ke pasar.

Matriks SWOT

Langkah selanjutnya, yang didasarkan pada matriks Internal Eksternal (IE), adalah analisis matriks SWOT, yang melibatkan pengembangan strategi alternatif dengan bantuan matriks SWOT yang akan memaksimalkan peluang dan kekuatan sambil meminimalkan ancaman dan kelemahan. Teknik utama yang diusulkan adalah metodologi SO, ST, WO, dan WT (Palit, Rengkung, dan Ruauw 2017). Kesiapan suatu metodologi pengujian SWOT diperoleh dari persilangan antara faktor SO, ST, WO, dan WT (Balqis, Haryono, dan Nugraha 2022). Matriks QSPM dapat digunakan untuk menerapkan strategi alternatif pada Agroindustri dengan menggunakan matriks SWOT (Lareza, Nugraha, Affandi, 2020). Gambar 2 menggambarkan analisis SWOT Rafin's Snack.

Alternatif Strategi

Berikut adalah hasil alternatif strategi berdasarkan analisis SWOT:

- Peningkatan penjualan melalui pameran yang diadakan oleh Dinas Perikanan dan Diskoperindag Kabupaten Pringsewu.
- Pemanfaatan *electronic word of mouth*

(eWOM) dengan penggunaan jasa *influencer* atau *key opinion leaders* (KOL) untuk promosi produk. Penetapan harga maksimum produk bagi mitra usaha agar dapat menghadapi persaingan dengan kompetitor.

- Penetapan sistem *pre-order* dengan mitra usaha.
- Peningkatan kemampuan manajemen keuangan melalui pelatihan bagi pelaku UMKM yang diadakan oleh Diskoperindag Kabupaten Pringsewu. Pemanfaatan bantuan mesin produksi yang diberikan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu.
- Pemanfaatan fitur *targeted advertising* pada media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau *audiens* yang tepat.
- Riset konsumen dan beradaptasi dengan menyediakan lebih banyak varian rasa produk.
- Penyelenggaraan seminar edukatif bekerjasama dengan universitas (*business goes to campus*) untuk memperkuat *brand identity* dan membangun kepercayaan konsumen.
- Penggunaan aplikasi kasir berbasis *cloud* (*point of sale*) dalam melakukan transaksi.
- Negosiasi dengan pemasok terkait potongan harga, biaya transportasi, dan garansi kerusakan produk.
- Pengajuan pinjaman modal ke bank untuk memudahkan pengembangan usaha.
- Pengajuan pinjaman modal ke bank untuk memudahkan pengembangan usaha.

Strategi Prioritas

Strategi prioritas yang diperoleh berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) menggunakan QSPM adalah :

- Riset konsumen dan beradaptasi dengan menciptakan lebih banyak varian rasa produk. Pelaku agroindustri harus dapat melakukan riset konsumen dan melakukan adaptasi dengan menciptakan varian rasa produk mengikuti perubahan selera konsumen. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan berhasil mempertahankan konsumen yang telah membeli produk dan mengundang lebih banyak konsumen (TAS: 7,66411).
- Penggunaan aplikasi kasir berbasis *cloud* (*point of sale*) dalam melakukan transaksi. Aplikasi *point of sale* memiliki fitur yang jauh lebih lengkap dari sistem konvensional. *point of sale* memungkinkan proses kalkulasi atau perhitungan secara otomatis, maka kasir tidak perlu menghitung secara manual terkait uang pengembalian, sehingga dapat mempercepat proses transaksi dan riwayat transaksi langsung terekam pada sistem (TAS: 7,04688).

SWOT	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	1. Ketersediaan bahan baku yang cukup 2. Kelengkapan legalitas perusahaan 3. Kemasan produk menarik 4. Harga sesuai dengan kualitas produk 5. Promosi telah efektif	1. Keterbatasan modal 2. Sumberdaya manusia kurang Kompeten 3. Pencatatan keuangan kurang Baik 4. Produksi secara tradisional 5. Fleksibilitas belum baik
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Dukungan pemerintah 2. Produk dikenal luas oleh masyarakat 3. Daya saing produk tinggi 4. Jangkauan pasar luas 5. Persaingan produk meningkat dengan bermitra	1. Peningkatan penjualan melalui pameran yang diadakan oleh Dinas Perikanan dan Diskoperindag Kabupaten Pringsewu (S1, S3, S4, S5, O1, O2) 2. Pemanfaatan <i>electronic word of mouth</i> (eWOM) dengan penggunaan jasa <i>influencer</i> atau <i>key opinion leaders</i> (KOL) untuk promosi produk dan peningkatan <i>brand awareness</i> (S3, S4, S5, O2, O3, O4) 3. Penetapan harga maksimum produk bagi mitra usaha agar dapat menghadapi persaingan dengan kompetitor (S4, O3, O5)	1. Penetapan sistem <i>pre-order</i> dengan mitra usaha (W1, O5) 2. Peningkatan kemampuan manajemen keuangan melalui pelatihan bagi pelaku UMKM yang diadakan oleh Diskoperindag Kabupaten Pringsewu (W2, W3, O1) 3. Pemanfaatan bantuan mesin produksi yang diberikan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu (W1, W4, W5, O1)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Kompetitor produk sejenis 2. Permintaan tidak pasti 3. Harga bahan baku relatif mahal 4. Lokasi jauh dari pemasok 5. Perubahan selera masyarakat	1. Pemanfaatan fitur <i>targeted advertising</i> pada media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau audiens yang tepat (S3, S5, T1, T5) 2. Riset konsumen dan beradaptasi dengan menyediakan lebih banyak varian rasa produk (S4, S5, T2, T5) 3. Penyelenggaraan seminar edukatif bekerja sama dengan universitas (<i>business goes to campus</i>) untuk memperkuat <i>brand identity</i> dan membangun kepercayaan konsumen (S3, S4, S5, T1, T2, T5)	1. Penggunaan aplikasi kasir berbasis <i>cloud (point of sale)</i> dalam melakukan transaksi (W1, W2, W3, W5, T1, T2, T3 T4) 2. Negosiasi dengan pemasok terkait potongan harga, biaya transportasi dan garansi kerusakan produk (W1, T3, T4) 3. Pengajuan pinjaman modal kebank untuk memudahkan pengembangan usaha (W1, W3, T2, T3)

Gambar 2. Matriks SWOT

3. Pemanfaatan *electronic word of mouth* (eWOM) dengan penggunaan jasa *influencer* atau *key opinion leaders* (KOL) untuk promosi produk dan peningkatan brand.

Penyelenggaraan seminar edukatif bekerjasama dengan universitas (*business goes to campus*) untuk memperkuat *brand identity* dan

membangun kepercayaan konsumen

Penyelenggaraan seminar edukatif menguntungkan kedua belah pihak. Pihak agroindustri membagikan ilmu yang berhubungan dengan pengelolaan usaha. Hal tersebut menguntungkan mahasiswa karena mendapatkan insight dalam berwirausaha. Sebaliknya, agroindustri dapat memperkuat *brand identity*-nya sehingga meningkatkan jumlah potensi konsumen dan potensi kerjasama oleh mitra (TAS:

6,78924). Pemanfaatan bantuan mesin produksi yang diberikan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu. Proses produksi secara tradisional membutuhkan waktu yang lebih lama dan tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan menggunakan mesin. Maka dari itu, Agroindustri Rafin's Snack dapat mengajukan proposal bantuan ke Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu sehingga dapat memanfaatkan bantuan mesin untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi, salah satunya mesin peniris minyak. Strategi ini strategi jangka panjang karena umur ekonomis mesin yang panjang sehingga dapat digunakan dalam jangka panjang pula. Agroindustri Rafin's Snack perlu mengajukan proposal kepada Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu terlebih dahulu.

KESIMPULAN

Kondisi lingkungan internal dan eksternal Agroindustri Rafin's Snack didapatkan bahwa kekuatan paling besar yaitu ketersediaan bahan baku yang cukup, kelemahan paling besar yaitu keterbatasan modal, peluang yang paling besar yaitu jangkauan pasar yang luas, ancaman paling besar yaitu perubahan selera masyarakat. Strategi pengembangan Agroindustri Rafin's Snack yang menjadi prioritas, yaitu (a) riset konsumen dan beradaptasi dengan menciptakan lebih banyak varian rasa produk, (b) penggunaan aplikasi kasir berbasis *cloud (point of sale)* dalam melakukan transaksi, (c) pemanfaatan *electronic word of mouth* (eWOM) dengan penggunaan jasa *influencer* atau *key opinion leaders* (KOL) untuk promosi produk dan peningkatan *brand awareness*, (d) penyelenggaraan seminar edukatif bekerja sama dengan universitas (*business goes to campus*) untuk memperkuat *brand identity* dan membangun kepercayaan konsumen (e) pemanfaatan bantuan mesin produksi yang diberikan oleh Dinas Perikanan Kabupaten Pringsewu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajizah, Widjaya, Situmorang. 2018. Strategi pengembangan ternak ayam ras petelur di Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 6(1): 33-40 <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/2496>. [10 Mei 2023].
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Distribusi Persentase PDRB ADHK Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)*. <https://lampung.bps.go.id/subject/52/produksi-domestik-regional-bruto-lapangan-usaha-.html#subjekViewTab5>. [9 Maret 2023].
- Balqis, Abidin, Situmorang. 2022. Analisis preferensi konsumen terhadap pembelian kopi dekafeinasi Ghalkoff di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 10(2): <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5913>. [26 Oktober 2023].
- Balqis, Haryono, Nugraha. 2022. Analisis kinerja produksi, harga pokok penjualan dan strategi operasional agroindustri (Studi kasus Agroindustri Keripik Pisang Panda Alami di Kabupaten Pesawaran). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 10(1): <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/564>. [3 Mei 2023].
- Dafir, M.K. 2022. Analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha kerupuk gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. *Jurnal Perbankan Syariah* 1(1), 97-112. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps/article/view/205>. [1 April 2023].
- Effendi, Astuti dan Melati. 2017. Strategi pengembangan usaha cokelat menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dan Multi Attribute Utility Theory (MAUT) di Kampung Coklat, Blitar. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(1): 31-40. <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/262/245>. [10 Maret 2023].
- Hunger JD dan Wheelen TL. 2003. *Manajemen Strategi edisi II*. Yogyakarta.
- Lareza, Nugraha, Affandi. 2020. Analisis kinerja produksi dan strategi pemasaran agroindustri kerupuk kemplang di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(2): <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5100>. [19 Mei 2021].
- Maharani, Haryono, Nugraha. 2022. Analisis manajemen risiko dan strategi pemasaran agroindustri kopi bubuk (Studi kasus Agroindustri Kopi Bubuk Cap Gunung Betung). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(1): <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5110>. [27 April 2023].
- Palit, Rengkung, Ruauw. 2017. Strategi pengembangan agroindustri dodol salak di Desa Pangu Satu Kecamatan Ratahan. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 13(3A), 51-62. <https://doi.org/10.35791/agsrosek.13.3A.2017.18016>. [1 Mei 2023].
- Rahmah dan Widodo. 2019. Peranan sektor industri pengolahan dalam perekonomian di

Indonesia dengan pendekatan *Input-Output*
Tahun 2010- 2016. *Jurnal Economie*.
Volume 1, Nomor 1:14-37.
[https://journal.uwks.ac.id/index.php/econo
mie/article/view/819/706](https://journal.uwks.ac.id/index.php/economie/article/view/819/706).

[22 November 2022].

Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT: Teknik
Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia
Pustaka Utama. Jakarta