

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI JAHE MERAH DI KOTA JAMBI
(KASUS PADA AGROINDUSTRI JAHE KURNIA)**

**DEVELOPMENT STRATEGY OF RED GINGER AGROINDUSTRY IN JAMBI CITY
(CASE OF KURNIA GINGER AGROINDUSTRY)**

¹Nora Oktavia M¹, Ira Wahyuni², Rozaina Ningsih³

^{1,2,3}*Magister Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi*

ABSTRACT

This research aims to describe the general picture of the Red Ginger agroindustry and analyze internal and external factors and calculate scores in the development of the Kurnia Agroindustry in Kenali Besar Village, Alam Barajo District. This research was carried out in Kenali Besar Subdistrict with 5 informants. The data used are primary and secondary data. Data were analyzed using descriptive methods, SWOT analysis (Strength, Weakness, Opposition, Threats) and AHP (Analytical Hierarchy Process) analysis. The research results from the SWOT matrix analysis show that the development of Kurnia Agroindustry in Kenali Besar District uses an SO strategy that combines strengths and opportunities so that optimal profits are obtained with the main priority that can be implemented, namely implementing an online sales system to overcome limited capital and high prices of raw materials.

Key-words: Alternative strategy, Kurnia Agroindustry, SWOT analysis

INTISARI

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan gambaran umum agroindustri Jahe Merah dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal serta menghitung skor dalam pengembangan Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kenali Besar dengan 5 informan. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dianalisis dengan metode deskriptif, analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Hasil penelitian dari analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa, pengembangan Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar menggunakan strategi SO yang menggabungkan antara kekuatan dan peluang sehingga didapatkan keuntungan yang optimal dengan prioritas utama yang dapat memungkinkan untuk dapat diterapkan yaitu melakukan sistem penjualan *online* untuk mengatasi modal yang terbatas dan tingginya harga bahan baku.

Kata kunci: Agroindustri Kurnia, Alternatif strategi, Analisis SWOT

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Nora Oktavia M. noraoktavia711@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara agraris yang sebagian besar mata pencaharian penduduknya adalah bercocok tanam. Indonesia juga kaya akan keanekaragaman sumber daya alam hayati. Salah satunya adalah tanaman biofarmaka atau dikenal dengan tanaman obat-obatan. Ada berbagai macam jenis tanaman obat-obatan yang ada di Indonesia, salah satunya sangat banyak dibudidayakan dan mempunyai nilai ekonomis cukup tinggi adalah jahe. Jahe merupakan tanaman obat, dapat berfungsi sebagai rempah-rempah yang banyak digunakan untuk konsumsi dan kesehatan (Fawwaz *et al.*, 2020).

Kota Jambi salah satu lokasi penghasil jahe pada tahun 2019 produksi jahe sebanyak 9.831 kg, pada tahun 2020 terjadi penurunan produksi jahe menjadi 6.603 kg. Secara umum mengalami penurunan sebesar 3.104 kg (47,01%). Tahun 2021 produksi jahe sebesar 3.499 kg secara umum mengalami penurunan sebesar 3.104 kg dibanding produksi pada tahun 2020 sebesar 6.603 kg. Tahun 2022 produksi jahe di kota jambi sebesar 3.671 kg. Secara umum mengalami kenaikan sebesar 172 kg dibanding produksi tahun 2021. Pada Tahun 2023 produksi jahe sebesar 3.269 kg secara umum mengalami penurunan sebesar 402 kg dibandingkan tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2023).

Menurut Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Perumahan Pemerintah Kota Jambi terdapat agroindustri yang membuat produk olahan Jahe. Kehadiran Agroindustri olahan jahe ini mendorong terciptanya lapangan pekerjaan sehingga berdampak positif bagi kehidupan sosial masyarakat Kota Jambi. Agroindustri Serbuk Jahe merah Kurnia merupakan salah satu agroindustri di Kota Jambi yang dimiliki oleh Kurniawati. Agroindustri Kurnia berdiri pada tahun 2019, yang telah menjajakan produknya di

supermarket terbesar Kota Jambi yaitu Jambi Prima Mall Trona. Selain telah masuk supermarket, Serbuk Jahe Merah Kurnia juga telah memasuki minimarket seperti minimarket ani, warung-warung manisan di sekitar rumah produksi dan juga berjualan secara online seperti Shopee, media sosial Instagram dan Facebook.

Pengolahan serbuk jahe skala industri rumah tangga terdapat beberapa kendala dalam pengembangan agroindustri serbuk jahe yaitu dalam hal peralatan usaha yang masih terbatas untuk kapasitas produksi yang besar, masalah ketersediaan bahan baku jahe pada saat harga naik dan kualitas jahe yang tidak bagus dan faktor pendukung seperti tenaga kerja yang masih kurang. Analisis usaha dan strategi pengembangan perlu dikaji agar usaha serbuk jahe ini dapat berkembang dan dapat melihat kekuatan, kelemahan dan peluang, ancaman yang ada pada usaha serbuk jahe untuk mencapai tujuan tersebut serta persaingan kompetitif, sehingga perlu suatu strategi operasional yang tepat.

Strategi yang tepat dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi sehingga nilai jualnya akan lebih tinggi yang pada akhirnya akan mampu mendatangkan keuntungan yang lebih tinggi. Berdasarkan latar belakang, maka perlu dilakukan suatu strategi pengembangan untuk membantu agroindustri Serbuk Jahe Merah Kurnia dalam memilih strategi yang tepat untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan mencapai tujuannya untuk memperoleh keuntungan.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan agroindustri yang sudah berdiri sejak tahun 2019, memproduksi olahan jahe

merah. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengembangan agroindustri jahe merah pada Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis terhadap data akan dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif (Sugiyono, 2009). Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjawab tujuan pertama, yaitu mendeskripsikan gambaran umum agroindustri Jahe Merah pada Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Analisis faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menjawab tujuan kedua, yaitu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal serta menghitung skor dalam pengembangan Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Analisis SWOT dan Analisis AHP digunakan untuk menjawab tujuan ketiga, pencocokan antara faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) (Vincent, 2012). Kemudian mencari gambaran posisi Agroindustri Kurnia menggunakan kuadran SWOT dan menentukan prioritas strategi dalam pengembangan Agroindustri Kurnia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Posisi Pengembangan Agribisnis Nanas Tangkit

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis*)

Matriks IFAS digunakan untuk menggambarkan kondisi faktor internal dalam pengembangan Agroindustri Kurnia. Matriks IFAS dirumuskan berdasarkan hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan, selanjutnya akan diberi bobot dan rating yang kemudian menghasilkan nilai skor dari hasil perkalian antara nilai bobot dan rating pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa matriks IFAS strategi pengembangan agroindustri

serbuk jahe merah pada Agroindustri Kurnia Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo terdapat identifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang diberi bobot dan nilai peringkat (*rating*) masing-masing kemudian menghasilkan skor berdasarkan perkalian antara bobot dan *rating*. Nilai bobot didapatkan dari hasil rata-rata dari *rating key-expert*. Nilai *rating* didapatkan dari hasil rata-rata tiap *key-expert*. Nilai skor didapatkan dari hasil perkalian antara nilai bobot dan rating dari hasil penelitian. Matriks IFAS menunjukkan faktor strategi kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan faktor strategi kelemahan dengan nilai skor sebesar 2,78 dan nilai skor kelemahan sebesar 0,55. Maka, dapat dikategorikan bahwa faktor kekuatan lebih penting daripada faktor kelemahan.

Berdasarkan hasil matriks IFAS pada faktor strategi kekuatan, produk tanpa bahan pengawet menjadi skor tertinggi dengan nilai sebesar 0,48. Hal ini dapat terjadi sumber kekuatan utama dari Agroindustri Kurnia dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik Agroindustri Kurnia mengatakan bahwa produk serbuk jahe merahnya tidak memakai bahan pengawet karena pada proses pengolahan dilakukan pemasakan sampai kering menjadikan produk tahan lama dan tetap sehat, sehingga menarik kepercayaan konsumen dan menambah kepuasan konsumen karena konsumen merasa aman sehingga tercipta loyalitas konsumen menjadi pelanggan tetap berefek menjadi peningkatan penjualan. Hal inilah yang menjadi sumber kekuatan yang dimiliki Agroindustri Kurnia dalam mengembangkan usahanya.

Pada faktor strategi kelemahan, pembukuan yang kurang baik merupakan kelemahan utama Agroindustri Kurnia dalam mengembangkan bisnisnya memiliki skor terendah sebesar 0,08. Agroindustri Kurnia belum memperhatikan sistem pembukuan. Dengan membuat pencatatan keuangan yang

rapi dan tertata, usaha tersebut dapat terhindar dari kerugian. Pembukuan dapat membantu mengetahui besarnya keuntungan atau kerugian, mengidentifikasi setiap transaksi yang dilakukan, serta melihat kondisi finansial usaha tersebut yang dapat dijadikan sebagai penilaian usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan Delvina (2021) bahwa faktor strategi kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan faktor strategi kelemahan dengan total nilai bobot kekuatan sebesar 0,56 dan total nilai bobot kelemahan sebesar 0,44, sehingga faktor strategi kekuatan lebih penting dibandingkan faktor strategi kelemahan.

b. Matriks EFAS (*External Factor Analysis*)

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor eksternal dalam pengembangan Agroindustri Kurnia. Matriks ini dirumuskan berdasarkan pada hasil identifikasi peluang dan ancaman, selanjutnya akan diberi bobot dan rating yang kemudian menghasilkan nilai skor pada Tabel 2. Tabel 2 menunjukkan bahwa matriks EFAS

strategi pengembangan agroindustri jahe merah pada Agroindustri Kurnia memiliki nilai bobot didapatkan dari hasil rata-rata dari rating *key-expert*. Nilai *rating* didapatkan dari hasil rata-rata tiap *key-expert*. Nilai skor didapatkan dari hasil perkalian antara nilai bobot dan rating dari hasil penelitian. Matriks EFAS menunjukkan faktor strategi peluang lebih dominan dibandingkan dengan faktor strategi ancaman dengan nilai skor peluang sebesar 2,15 dan nilai skor ancaman sebesar 0,94. Maka, dapat dikategorikan bahwa faktor peluang lebih penting daripada faktor ancaman. Berdasarkan hasil matriks EFAS pada faktor strategi peluang, adanya mitra pemasaran menjadi skor tertinggi dengan nilai sebesar 0,72. Hal ini merupakan peluang utama dari Agroindustri Kurnia dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara bersama pemilik Agroindustri Kurnia, produk olahan dari Agroindustri Kurnia sudah ada mitra pemasarannya seperti pada Swalayan-swalayan di Kota Jambi, minimarket, toko manisan dan warung sarapan pagi.

Tabel 1. Matriks IFAS Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
A.	Modal Sendiri	0,11	3,6	0,40
B.	Tanpa Pengawet	0,12	4	0,48
C.	Harga produk terjangkau	0,12	3,8	0,46
D.	Bahan Baku Berkualitas	0,10	3,2	0,32
F.	Kemasan modern	0,11	3,6	0,40
G.	Legalitas usaha	0,11	3,6	0,40
H.	Adanya Tanggal Kadaluarsa	0,10	3,4	0,34
Sub Total		0,77	25,2	2,78
Rata-rata				0,35
Kelemahan (W)				
I.	Tidak Memiliki Outlet	0,05	1,8	0,09
J.	Pengelolaan masih Sederhana	0,08	2,6	0,21
K.	Promosi Kurang Baik	0,07	2,4	0,17
L.	Pembukuan Kurang Baik	0,05	1,6	0,08
Sub Total		0,250	8,4	0,55
Rata-rata				0,14
TOTAL		1,0		3,25

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Tabel 2. Matriks EFAS Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)			
A. Adanya mitra pemasaran	0,20	3,6	0,72
B. Pendampingan pemerintah	0,15	2,8	0,42
C. Loyalitas konsumen	0,19	3,4	0,65
D. Budaya membeli oleh-oleh	0,14	2,6	0,36
Sub Total	0,68	12,4	2,15
Rata-rata			0,54
Ancaman (T)			
E. Persaingan produk sejenis	0,18	3,2	0,58
G. Tingginya harga bahan baku	0,14	2,6	0,36
Sub Total	0,32	5,8	0,94
Rata-rata			0,31
TOTAL	1		3,09

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Salah satu keuntungan bermitra adalah adanya kepastian pasokan barang. Hubungan kerja sama pemasok dan pelanggan membentuk hubungan untuk jangka waktu yang cukup lama. Kerja sama pemasok dapat berupa bantuan penerapan, kontrak pasokan jangka panjang, dan program penyediaan barang tepat waktu sehingga menunjukkan bahwa kemitraan dapat memberi kepastian pasokan barang terhadap perusahaan sehingga proses pemasaran perusahaan tidak terhambat. Pada faktor strategi ancaman, tingginya harga bahan baku merupakan ancaman dan permasalahan dari Agroindustri Kurnia dalam mengembangkan bisnisnya memiliki skor terendah sebesar 0,36. Lonjakan harga khusus jahe merah menyebabkan pemilik saat ini tidak berani membuat serbuk jahe dalam jumlah banyak karena tingginya harga jahe merah yang semakin meningkat, awalnya Rp12.000,00/kg menjadi Rp35.000,00/kg. Saat ini Agroindustri Kurnia memproduksi serbuk jahe ketika stok di pasaran sudah hampir habis untuk menghindari harga jahe yang berfluktuasi.

Penentu Posisi Agroindustri Kurnia

Posisi strategi Agroindustri Kurnia dapat diketahui dari hasil matriks IFAS berdasarkan hasil identifikasi faktor internal

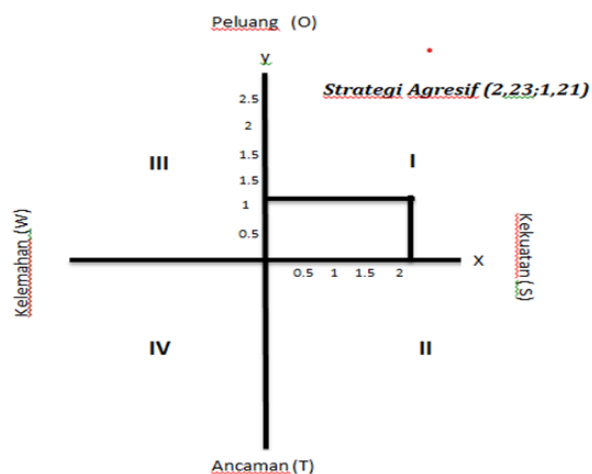
yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan matriks EFAS berdasarkan hasil identifikasi faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Hasil identifikasi pada matriks IFAS dan EFAS dilakukan perkalian antara nilai bobot dan nilai rating untuk memperoleh skor. Nilai skor yang dihasilkan pada matriks IFAS dan EFAS digunakan dalam menentukan posisi strategi pengembangan Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo. Nilai skor digunakan untuk menentukan titik kuadran strategi dapat ditunjukkan pada Tabel 3.

Gambar 1 hasil analisis SWOT, menunjukkan selisih antara nilai tertimbang skor kekuatan dan kelemahan (2,23) merupakan sumbu x dan selisih antara nilai tertimbang peluang dan ancaman (1,21) merupakan sumbu y. Hasil yang diperoleh menunjukkan titik koordinat berada pada kuadran I atau strategi SO, artinya situasi yang menguntungkan bagi Agroindustri Kurnia karena memiliki faktor kekuatan dan peluang yang lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Menurut Rangkuti (2015) posisi kuadran I merupakan suatu penerapan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

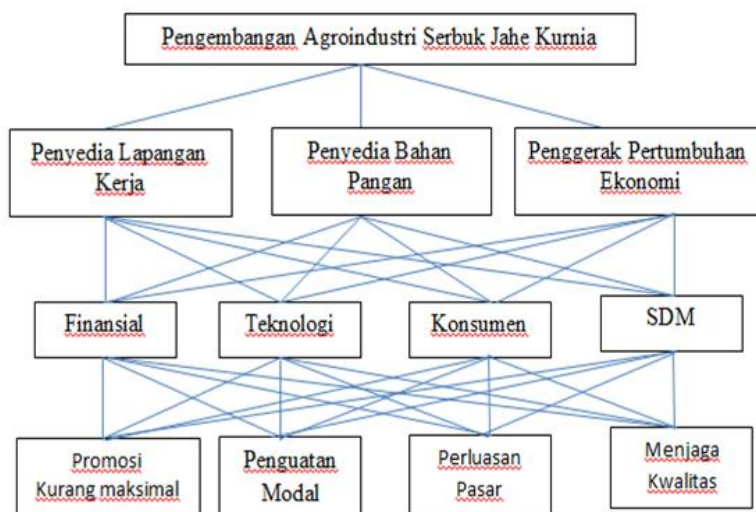
Tabel 3. Nilai Skor Penentuan Titik Kuadran Strategi Agroindustri Kurnia

Keterangan	Skor
Nilai tertimbang kekuatan (S)	2,78
Nilai tertimbang kelemahan (W)	0,55
Selisih (S-W)	2,23
Nilai tertimbang peluang (O)	2,15
Nilai tertimbang ancaman (T)	0,94
Selisih (O-T)	1,21

Sumber: Analisis Data Primer, 2024



Gambar 1. Diagram Hasil Analisis SWOT Agroindustri Kurnia di Kelurahan Kenali Besar Kecamatan Alam Barajo Kota Jambi 2024



Gambar 2. Penentuan Strategi Agroindustri Kurnia Kota Jambi

Tabel 4. Bobot dan Prioritas Faktor Strategi Berdasarkan Tujuan Pengembangan Agroindustri Kurnia

Tujuan	Faktor SWOT	Hasil Strategi SWOT	CR
Pengembangan Agroindustri Kurnia	Finansial (0,233)	S1 (0,75)	0,01
		S2 (1,25)	
		S3 (1,00)	
		S4 (1,01)	
	Konsumen (0,238)	S1 (0,80)	0,04
		S2 (1,04)	
		S3 (0,93)	
		S4 (1,24)	
	Teknologi (0,250)	S1 (1,15)	0,09
		S2 (1,09)	
		S3 (0,96)	
		S4 (0,80)	
	SDM (0,247)	S1 (1,07)	0,07
		S2 (0,75)	
		S3 (1,13)	
		S4 (1,04)	

Sumber: Analisis Data Primer, 2024

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ramadhani (2019) mengenai strategi pengembangan agroindustri gula semut aren di kelompok wirausaha pemuda bulu batu (KWP), menyatakan bahwa posisi strategi pengembangan agroindustri gula semut di daerah penelitian berada pada kuadran I atau strategi SO yang menunjukkan bahwa agroindustri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal, dengan alternatif sebagai berikut:

1. pengembangan pasar
2. mengoptimalkan pemanfaatan teknologi
3. meningkatkan promosi
4. menjaga kualitas
5. memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang agroindustri gula semut aren.

Analisis AHP Strategi Pengembangan Agroindustri Kurnia

Analisis AHP dilakukan dengan menentukan tujuan apa yang ingin dicapai, kemudian menentukan kriteria strategi yang menjadi rekomendasi, tahapan ketiga merupakan strategi yang direkomendasikan. Pengembangan Agroindustri Kurnia merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, dan pada tahapan kedua merupakan hasil

analisis SWOT yaitu kelompok faktor lingkungan internal dan eksternal (Nisak, 2013).

Tujuan pengembangan Agroindustri Kurnia di Kecamatan Alam Barajo sejalan dengan kebijakan pembangunan nasional yang mendukung 3 (tiga) pilar pembangunan, yaitu (1) menanggulangi kemiskinan (*pro poor*), (2) menyediakan lapangan kerja (*pro job*), dan (3) mendorong pertumbuhan ekonomi (*pro growth*). Tujuan tersebut dirumuskan menjadi 3 (tiga) yaitu (1) penyediaan lapangan kerja, (2) penyediaan bahan pangan sumber nabati, dan (3) penggerak pertumbuhan ekonomi. Untuk setiap tujuan tersebut terdapat empat faktor untuk menentukan tingkat prioritas di masing-masing tujuan. Keempat faktor tersebut terdiri dari aspek finansial, aspek teknologi, aspek pelanggan dan aspek sumber daya manusia. Selanjutnya dari setiap aspek tersebut akan dirumuskan indikator-indikator yang akan menentukan tingkat prioritas indikator dalam setiap aspek. Berikut proses penentuan strategi pengembangan Agroindustri Kurnia di Kota Jambi dapat dilihat pada Gambar 2.

Penentuan alternatif strategi dilakukan dengan membandingkan setiap strategi yang telah diformulasikan sebelumnya. Penentuan prioritas dengan perbandingan berpasangan dilakukan dengan cara wawancara dengan *key-expert* diantaranya yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi, PPL Kelurahan Kenali Besar, Ketua Agroindustri Kurnia, Konsumen Jahe merah Kurnia, dan Mitra pemasaran. Analisis perbandingan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4 menunjukkan bahwa pengelolaan prioritas faktor strategi digunakan untuk memeriksa konsistensi nilai, dalam hal ini pengelolaan prioritas faktor strategi telah memenuhi syarat konsistensi tidak lebih dari 10%, artinya data perbandingan berpasangan antar kriteria konsisten adalah valid (Marsono, 2020).

Perhitungan penilaian bobot dan prioritas didapatkan berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan hasil kuisioner penentuan prioritas oleh *key-expert*. Faktor finansial merupakan kekuatan, yang menjadi prioritas utama dalam mengembangkan Agroindustri Kurnia, faktor ini sangat berpengaruh bagi pertumbuhan dan perkembangan Agroindustri Kurnia. Dengan indikator berupa penguatan modal (S2) dengan bobot sebesar 1,25 yakni peningkatan aksesibilitas terhadap modal bagi usaha Agroindustri Serbuk Jahe Kurnia. Pada saat ini Agroindustri Kurnia masih menggunakan modal sendiri belum pernah mendapatkan bantuan penguatan modal dari pemerintah berupa dana bergulir. Pada faktor konsumen merupakan kelemahan, yang menjadi prioritas utama yaitu penyerapan teknologi (S4) dengan bobot 1,24. Pada Agroindustri Kurnia teknologi yang digunakan masih tergolong tradisional, sehingga menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan agroindustri serbuk jahe merah.

Pada faktor penyerapan teknologi merupakan peluang, yang menjadi prioritas

utama adalah promosi yang kurang maksimal (S1) dengan bobot 1,15. Agroindustri Kurnia dapat melakukan promosi yang lebih intensif untuk menarik minat konsumen dengan cara yaitu menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya. Indikator promosi yaitu periklanan (*advertising*), Penjualan secara tatap muka, promosi penjualan (*sales promotion*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Pada faktor SDM merupakan ancaman, yang menjadi prioritas utama yaitu perluasan pasar (S3) dengan bobot 1,13. Strategi pengembangan menargetkan pelanggan dari luar segmen adapun indikator perluasan pasar yaitu memahami persaingan pasar membuat inovasi produk memberikan harga yang terjangkau, memperluas target market.

KESIMPULAN

1. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam menggambarkan Agroindustri Kurnia yaitu a) modal sendiri, b) tanpa pengawet, c) harga produk terjangkau, d) bahan baku berkualitas, e) kemasan modern, f) memiliki legalitas usaha, g) adanya tanggal kadaluarsa, h) tidak ada outlet penjualan, i) pengolahan masih tradisional, j) promosi kurang maksimal, dan k) pembukuan kurang baik. Faktor eksternal (peluang dan ancaman) yaitu a) adanya mitra pemasaran, b) pendampingan pemerintah, c) loyalitas konsumen, d) budaya membeli oleh-oleh, e) persaingan produk sejenis, dan f) tingginya harga bahan baku.
2. Agroindustri Kurnia berada pada kuadran I (Strategi Agresif), situasi yang sangat menguntungkan karena posisi tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan secara maksimal. Adapun strategi yang dapat diterapkan yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*) meliputi a) faktor finansial merupakan kekuatan, yang menjadi prioritas utama. Indikatornya adalah

penguatan modal (S2) dengan bobot yaitu 1,25. b) faktor konsumen merupakan kelemahan, yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan Agroindustri Kurnia adapun indikatornya adalah (S4) Penyerapan teknologi dengan bobot 1,24. (c) faktor penyerapan teknologi merupakan peluang, yang menjadi prioritas utama bagi Agroindustri Kurnia dengan indikator adalah (S1) Promosi yang kurang maksimal dengan bobot 1,15. (d) faktor SDM merupakan ancaman, yang menjadi prioritas utama Agroindustri Kurnia dengan indikatornya adalah (S3) yaitu perluasan pasar dengan bobot 1,13.

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

Ramadhani, R. 2019. Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren Di Kelompok Wirausaha Pemuda Bulu Batu (KWP) Kabupaten Soppeng [Skripsi]. Makassar: Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Kota Jambi Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistika. Jakarta
- David, F.R., & F.R. David. 2017. *Strategic Management: Concepts And Cases: A Competitive Advantage Approach*. Pearson Education. England.
- Delvina, R. 2021. *Strategi Pengembangan Usahatani Jagung di Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi* [Skripsi]. Jambi: Universitas Jambi.
- Fawwaz, H.H., E. Mandayatma, & E.S. Budi. 2020. Implementasi Kontrol Logika Fuzzy sebagai Pengendali Suhu pada Proses Pemanasan dalam Pembuatan Sirup Jahe. *Jurnal Elektronika dan Otomasi Industri*. 4 (2). <https://doi.org/10.33795/elkolind.v4i2>. 108.
- Marsono. 2020. *Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Dalam Penelitian*. In Media. Bogor.
- Nisak, Z. 2013. Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Academia*. 468-476.