



Strategy for Increasing Competitiveness of Agro-industrial SMEs Using SWOT Analysis (Case Study of Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh Home Industry in Bakajaya Village)

Muhammad Alpian Rizki Pratama^{1*},

Yeye Suhaety²,

Asmawati³,

¹²³ Departement of Management, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YAPIS Dompus, Indonesia

ARTICLE INFO

ABSTRACT

ISSN: 2723-1097

Research Aims: Tujuan penelitian adalah untuk menentukan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Agroindustri Menggunakan Analisis SWOT pada Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya.

Design/methodology/approach: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT. Untuk memahami secara komprehensif situasi dan kondisi suatu organisasi, proyek, atau individu, baik dari faktor internal maupun eksternal, guna merumuskan strategi yang paling efektif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pemilik Home Industry Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh.

Research Findings: Berdasarkan analisis SWOT, diketahui bahwa usaha tahu tempe "Patuk-Patuk Pacuh" memiliki kekuatan dalam kapasitas produksi dan lokasi strategis, namun dihadapkan pada kelemahan manajerial dan ancaman harga bahan baku yang fluktuatif. Strategi pengembangan yang dapat diambil adalah strategi SO dengan fokus pada penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal seperti pelatihan, promosi digital, dan kerja sama usaha. Hasil penelitian ini memberikan panduan strategis yang konkret dan terukur bagi Home Industri Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya untuk meningkatkan daya saingnya.

Theoretical Contribution/Originality: Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan secara spesifik menerapkan dan memvalidasi model analisis SWOT dalam konteks UMKM agroindustri skala *rumahan*, yaitu usaha tahu tempe, yang seringkali memiliki karakteristik unik dan keterbatasan sumber daya dibandingkan UMKM yang lebih besar. Meskipun analisis SWOT telah banyak digunakan, penerapannya yang mendalam pada studi kasus pada Usaha Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya memungkinkan penyempurnaan pemahaman tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang paling relevan untuk jenis usaha ini, serta formulasi strategi yang lebih mikro dan terperinci.

Keywords: UMKM Agroindustri, Daya Saing, Strategi Peningkatan, Analisis SWOT

Introduction

Agroindustri adalah industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku atau produk yang digunakan dalam usaha pertanian (Kadarsih, 2025). Agroindustri mencakup banyak hal, khususnya dalam pengelolaan hasil panen, produksi makanan dan minuman, biofarmaka, bioenergi, dan agrowisata (Santoso et al., 2020). Agroindustri juga dapat diartikan sebagai suatu perusahaan industri yang memproses hasil pertanian dari bahan nabati (yang berasal dari tanaman) atau hewani (uang yang dihasilkan oleh hewan) menjadi produk yang bernilai jual (Alifia et al., 2025). Industri ini dipersiapkan untuk mengolah komoditas pertanian primer menjadi produk olahan, baik produk antara maupun produk akhir. Sebagai sistem yang terintegrasi, agroindustri melibatkan sumber daya hasil pertanian, manusia, ilmu dan teknologi, uang dan informasi. Produk yang dihasilkan juga berupa produk akhir yang siap dikonsumsi para konsumen dan digunakan sebagai produk bahan baku industri lainnya. Upaya pengembangan agroindustri ini penting untuk mengembangkan sektor pertanian yang *modern* dan berdaya saing (Nurhayati et al., 2020). Agroindustri dapat dijadikan sebagai lokomotif dan penentu sub sektor usaha tani (Yusuf, 2022).

Hal ini berkaitan dengan orientasi sektor pertanian yang telah berubah menjadi orientasi organisasi pasar dan terjadi perubahan preferensi konsumen. Melalui agroindustri ini diharapkan industri pengolahan mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif), yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing produk agribisnis (Gultom, 2018). Agroindustri juga fokus pada produk yang memiliki nilai tambah dan pangsa pasar yang besar sehingga kemajuan yang dicapai dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian nasional secara keseluruhan (Sari et al., 2025). Dengan hal ini, maka Indonesia akan dapat mengembangkan memoderasi perekonomian dan membuat kebijakan yang mendukung sektor industri dan pertanian.

Kabupaten Dompu adalah sebuah kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Kabupaten ini berada di bagian tengah Pulau Sumbawa. Dan Desa Bakajaya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Woja Kabupaten Dompu dengan luas wilayah 2.321,55 Km. Pada umumnya lahan yang terdapat di Desa Bakajaya digunakan secara produktif, karena merupakan lahan yang subur terutama untuk lahan pertanian dan Pertambakan, jadi hanya sebagian kecil saja yang tidak dimanfaatkan oleh warga. Hal ini pula menunjukkan bahwa kawasan Desa Bakajaya adalah daerah yang memiliki sumber daya alam yang memadai dan siap untuk diolah.



Kedelai adalah salah satu tanaman yang dikelola oleh Masyarakat Dompu. Keledai adalah salah satu pangan terpenting setelah beras dan jagung (Rosanti et al., 2025). Produk tahu dan tempe adalah makanan olahan kedelai yang populer di Indonesia serta perkembangan konsumsi kedelai di Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya (Natalia et al., 2017); (Ningrum et al., 2018). Tahu dan tempe memiliki berbagai macam bentuk dan olahan (Li et al., 2013). Tahu tempe adalah menu yang disukai oleh kebanyakan Masyarakat Indonesia (Romulo & Surya, 2021). Tahu tempe tidak hanya kaya gizi dan protein, tetapi juga terjangkau untuk semua kalangan (Maukar et al., 2019). Peningkatan populasi, kenaikan pendapatan per kapita, dan meningkatnya kesadaran nutrisi di kalangan masyarakat Indonesia menjadi faktor pendorong utama bertambahnya konsumsi kedelai (Arifin et al., 2019); (Baroh et al., 2022). Beragam manfaat komoditas ini meliputi perannya sebagai bahan baku utama dalam produksi makanan, pakan ternak, serta biofuel (Masuda & Goldsmith, 2009) ; (Delele, 2021). Desa Bakajaya, yang terletak di Kecamatan Woja, Kabupaten Dompu, Nusa Tenggara Barat, dikenal sebagai salah satu sentra produksi tahu dan tempe di wilayah tersebut. Industri rumahan di desa ini telah lama memproduksi tahu dan tempe untuk memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan sekitarnya.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai rujukan yang relevan terkait dengan judul penelitian yang sedang diangkat mengenai "Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Agroindustri Menggunakan Analisis SWOT". Penulis merujuk kepada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Gultom, 2018) dengan judul Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan agroindustri Manisan mangga pada UMKM Satria yang dapat dilakukan yaitu: mempertahankan sistem manajemen bahan baku, mempertahankan pangsa pasar dan penjualan, dan meminimalisasi resiko serta menetapkan harga yang kompetitif. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara perawatan fasilitas produksi, meningkatkan konsistensi produk baik kualitas maupun kuantitas dan merencanakan volume produksi optimal. Kedua penelitian (Mustaqim et al., 2018) dengan judul Analisis Kelembagaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Emping Melinjo Di Kabupaten Magetan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat 4 struktur rantai pasok dalam pendistribusian produk emping melinjo dan sektor utama kelembagaan dalam peningkatan daya saing UMKM emping melinjo adalah public sector, voluntary sector dan private sector; (2) identifikasi faktor internal dan eksternal menghasilkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam peningkatan daya saing UMKM emping melinjo; (3) matriks SWOT menghasilkan 10 alternatif strategi dalam



peningkatan daya saing; (4) prioritas strategi dalam peningkatan daya saing UMKM emping melinjo adalah mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap generasi penerus tentang pentingnya kelanjutan usaha yang memiliki produk berkualitas sesuai permintaan pasar, membangun kerjasama dengan pemasok untuk menjamin ketersediaan bahan baku dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan maksimal untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Pada penelitian ini, gap penelitian terletak pada minimnya eksplorasi mendalam mengenai implementasi spesifik hasil analisis SWOT dalam perumusan strategi peningkatan daya saing pada skala UMKM agroindustri tahu tempe. Meskipun analisis SWOT sering digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, penelitian sebelumnya jarang membahas secara rinci bagaimana temuan SWOT tersebut dikonversi menjadi langkah-langkah strategis yang konkret dan terukur yang mampu diimplementasikan oleh pelaku UMKM. Studi kasus Home Industri Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya akan mengisi celah ini dengan mengidentifikasi strategi yang relevan dan aplikatif berdasarkan analisis SWOT, serta mengkaji potensi keberhasilan dan tantangan implementasinya dalam konteks UMKM tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi daya saing home industri tahu tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya menggunakan analisis SWOT. Dan merumuskan strategi peningkatan daya saing yang aplikatif dan berkelanjutan bagi home industri tahu tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya berdasarkan hasil analisis SWOT, untuk memaksimalkan potensi internal dan memanfaatkan peluang eksternal, sekaligus mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman. Berdasarkan uraian pada pendahuluan maka peneliti tertarik untuk peneliti terkait dengan “strategi peningkatan daya saing UMKM agroindustri menggunakan analisis SWOT pada home industri tahu tempe patuk-patuk pacuh di Desa Bakajaya”

Literature Review

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam struktur ekonomi suatu bangsa, termasuk di Indonesia (Utari, 2025). Klasifikasi UMKM umumnya didasarkan pada parameter finansial seperti nilai aset atau total omzet penjualan tahunan, disamping jumlah pekerja yang diserap. Di Indonesia, landasan hukum seperti Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, secara spesifik mengatur dan membedakan skala usaha ini. Keberadaan UMKM tersebar luas di



berbagai sektor ekonomi mulai dari perdagangan, jasa, manufaktur, hingga pertanian dan kontribusinya sangat signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan kesejahteraan, serta stimulasi pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional (Rudihartati et al., 2025); .

Agroindustri merupakan cabang ekonomi yang menyatukan aktivitas pertanian dengan proses manufaktur, berfokus pada transformasi bahan baku dari sektor primer menjadi barang jadi atau setengah jadi yang memiliki nilai lebih tinggi (Rostapaundra, 2025). Sektor ini meliputi berbagai tahapan, mulai dari penanganan pasca-panen, pengemasan, hingga penyaluran produk akhir yang bersumber dari hasil pertanian, perkebunan, peternakan, maupun perikanan. Sasaran utamanya adalah untuk meningkatkan efisiensi produksi, memperlama daya simpan produk, menciptakan variasi produk baru, serta mengoptimalkan nilai ekonomi komoditas pertanian, yang pada gilirannya berkontribusi signifikan terhadap ketahanan pangan, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Daya saing pada UMKM menggambarkan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk eksis dan tumbuh dalam lingkungan pasar yang kompetitif, sekaligus mewujudkan perkembangan usaha yang berkesinambungan (Rahmawati et al., 2025). Hal ini melibatkan kemampuan UMKM dalam menciptakan produk atau layanan dengan mutu, harga, dan atribut khas lainnya yang membuatnya lebih diminati oleh konsumen dibandingkan penawaran dari kompetitor.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah teknik untuk mengevaluasi posisi strategis suatu bisnis atau proyek dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Fole et al., 2025). Analisis SWOT dapat digunakan untuk tujuan pribadi maupun profesional. Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor utama dalam setiap kategori, kemudian menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut dapat dimanfaatkan atau diatasi untuk menciptakan strategi yang lebih unggul. Dengan demikian, analisis SWOT menjadi alat yang penting dalam pengambilan keputusan dan strategi perencanaan.

Method

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif ialah suatu penelitian yang berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Proses analisis dalam penelitian deskriptif yaitu, menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan (Sugiyono, 2017) Dengan teknik wawancara, observasi, dan studi literatur. Studi ini akan mengaplikasikan analisis SWOT sebagai kerangka utama untuk mengembangkan strategi. Prosedur analisis



teknis dimulai dengan penelaahan internal, yang melibatkan penginventarisasian kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) spesifik pada Home Industri Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya melalui observasi langsung dan wawancara mendalam. Tahap berikutnya adalah penelaahan eksternal untuk mengidentifikasi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan makro dan mikro yang relevan dengan operasional usaha. Setelah data terkumpul, proses dilanjutkan dengan pemberian bobot dan peringkat terhadap setiap faktor SWOT berdasarkan signifikansi dan dampaknya, diikuti dengan penyusunan matriks internal-eksternal (IE) untuk menentukan posisi strategis UMKM. Puncak dari analisis ini adalah formulasi strategi menggunakan Matriks SWOT, yang memadukan faktor internal dan eksternal guna merumuskan strategi SO (*Strength-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strength-Threat*), dan WT (*Weakness-Threat*).

Pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan empat informan kunci dari Usaha Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh di Desa Bakajaya. Jumlah ini dipilih untuk memastikan kedalaman dan kekayaan informasi dari berbagai sudut pandang yang relevan. Karakteristik informan akan mencakup pemilik dan karyawan yang memiliki pemahaman komprehensif mengenai kegiatan operasional sehari-hari, tantangan, dan potensi pengembangan usaha. Pemilihan informan dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu mereka yang memiliki pengetahuan esensial dan pengalaman langsung terkait subjek penelitian, sehingga data yang diperoleh memiliki relevansi dan kredibilitas tinggi. Guna memastikan keabsahan data kualitatif, penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi sumber dan pemeriksaan anggota (*member checking*). Triangulasi sumber akan dilaksanakan dengan membandingkan informasi yang didapatkan dari berbagai informan (misalnya, data dari pemilik diverifikasi dengan informasi dari bagian produksi atau pemasaran) untuk menjamin konsistensi dan validitas temuan. Sementara itu, member checking akan dilakukan dengan mengonfirmasikan kembali transkrip wawancara dan hasil analisis awal kepada para informan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti selaras dengan persepsi dan pengalaman para informan, sehingga meminimalisir bias dan meningkatkan akurasi data yang disajikan.



Result and Discussion

A. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi home industri tahu tempe “Patuk-Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya. Analisis SWOT terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Analisis Faktor Internal

Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha. Berdasarkan hasil observasi dan penilaian, diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

**Tabel 1. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)
Usaha Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh**

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1	Lokasi usaha strategis	0,20	5	1,00
2	Produk sebagai ikon desa	0,05	3	0,15
3	Harga terjangkau	0,10	4	0,40
4	Kapasitas produksi mencukupi	0,10	4	0,40
5	Tenaga kerja tersedia	0,10	4	0,40
Total				2,35
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Proses produksi masih manual	0,05	2	0,10
2	SDM kurang terampil	0,05	2	0,10
3	Promosi kurang maksimal	0,10	1	0,10
4	Manajerial masih lemah	0,05	1	0,05
5	Modal terbatas	0,20	1	0,20
Total		1,00		0,55
TOTAL IFAS				2,90

Sumber: Peneliti, (2025)

Dari hasil tabel menunjukkan bahwa faktor internal dengan kekuatan terbesar adalah lokasi usaha strategis dengan skor pembobotan sebesar 1,00 dan yang memiliki skor pembobotan terendah adalah produk sebagai ikon desa dengan 0,15. Sedangkan



dari faktor kelemahan, skor pembobotan tertinggi adalah 0,20 yaitu modal terbatas dan yang terendah adalah manajerial yang masih lemah yaitu sebesar 0,05.

Analisis Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri atas peluang dan ancaman yang dihadapi usaha. Hasil analisis disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)
Usaha Tahu Tempe "Patuk-Patuk Pacuh"**

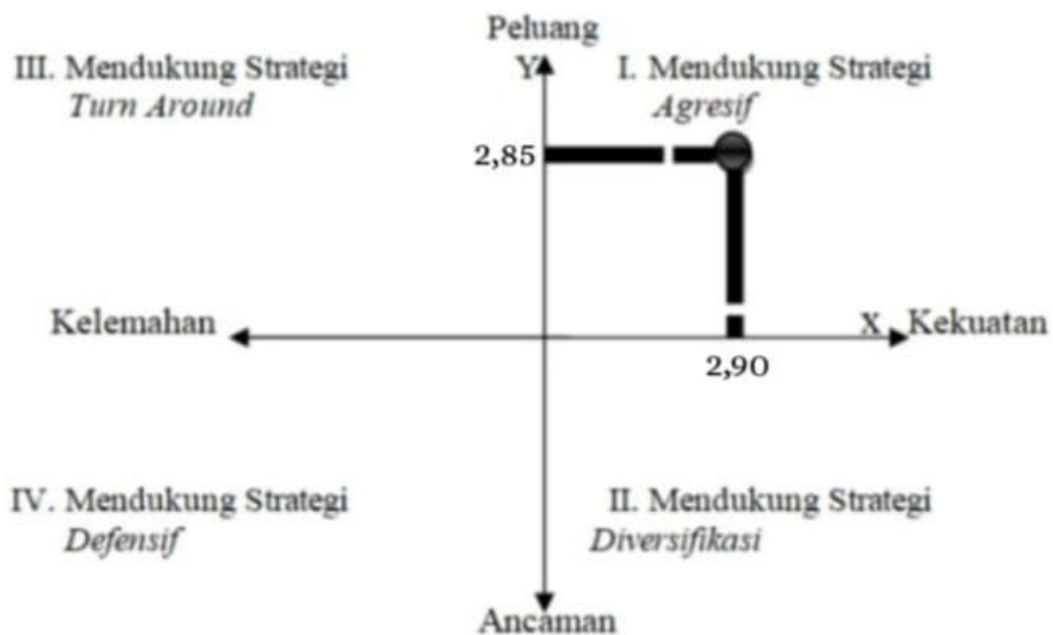
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Daya beli masyarakat tinggi	0,20	5	1,00
2	Adanya pelatihan pemerintah	0,05	3	0,15
3	Program bantuan pemerintah	0,05	3	0,15
4	Resep khas turun-temurun	0,10	4	0,40
Total				1,70
Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Harga bahan baku fluktuatif	0,10	2	0,20
2	Banyak pesaing produk sejenis	0,05	1	0,05
3	Harga jual pesaing lebih rendah	0,05	2	0,10
4	Produksi menurun saat musim hujan	0,20	2	0,40
5	Ketergantungan pada bahan impor	0,10	2	0,20
6	Ketersediaan bahan baku tidak pasti	0,10	2	0,20
Total				1,00
TOTAL EFAS				2,85

Sumber: Peneliti, (2025)

Berdasarkan data EFAS (*External Factor Analysis Summary*) diketahui bahwa usaha tahu tempe "Patuk Patuh Pacuh" dihadapkan pada sejumlah peluang dan ancaman eksternal. Peluang terbesar yang teridentifikasi adalah daya beli masyarakat yang tinggi dengan skor pembobotan 1,00 dan yang memiliki skor pembobotan



terendah adalah adanya pelatihan dan program bantuan pemerintah, dengan skor hanya mencapai 0,15. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman signifikan, di antaranya produksi menurun saat musim hujan, dengan skor pembobotan sebesar 0,40 dan ancaman terendah terletak pada banyaknya pesaing produk sejenis dengan skor pembobotan sebesar 0,05.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Posisi Kuadran SWOT

Dari hasil nilai total IFAS (2,90) dan EFAS (2,85) pada diagram analisis SWOT, maka titik koordinat $(X,Y) = (2,90;2,85)$ berada di kuadran I, yaitu mendukung strategi agresif. Posisi tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi usaha tahu tempe “Patuh Patuk Pacuh” karena kekuatan yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk memaksimalkan peluang yang ada.

Diagram Analisis SWOT juga menunjukkan bahwa usaha tahu tempe “Patuk-Patuk Pacuh” yang berada pada Kuadran I, memiliki kekuatan internal yang signifikan, seperti lokasi strategis, kapasitas produksi mencukupi, dan harga yang terjangkau. Di sisi lain, terdapat peluang besar seperti daya beli masyarakat yang



tinggi, memiliki resep turun temurun dan dukungan pelatihan maupun program bantuan dari pemerintah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa usaha berada dalam posisi yang sangat menguntungkan untuk berkembang. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (*Strength-Opportunity*), yakni memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Strategi tersebut dapat diwujudkan melalui peningkatan kualitas dan kapasitas produk, perluasan pasar, serta penguatan promosi dan manajemen usaha secara bertahap untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah kompetisi dan tantangan pasar yang dinamis.

B. Alternatif Strategi Peningkatan Daya Saing

Berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis, maka ditentukan strategi alternatif menggunakan Matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT Usaha Tahu Tempe Patuk-Patuk Pacuh

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Modal terbatas 2.Produksi masih manual 3. Promosi kurang maksimal 4.Manajerial masih lemah 	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Lokasi usaha strategis 2.Harga terjangkau 3.Tenaga kerja tersedia 4.Kapasitas produksi memadai
	<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Daya beli masyarakat yang tinggi. 2. Resep khas turun-temurun 3.Adanya pelatihan dari pemerintah 4.Program bantuan dari pemerintah 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengikuti pelatihan manajerial dan produksi dari pemerintah. 2) Memperluas promosi digital melalui media sosial.' 3) Mengembangkan kerja sama dengan mitra usaha lokal dan koperasi desa



		peningkatan kualitas produk
THREAT 1. Produksi menurun saat musim hujan dan 2. Ketersediaan bahan baku tidak pasti 3. Harga bahan baku yang fluktuatif 4. Ketergantungan pada bahan impor 5. Harga jual pesaing lebih rendah	Strategi WT 1. Meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan pada bahan impor. 2. Menggalang modal melalui koperasi atau lembaga mikro keuangan.	Strategi ST 1) Mengembangkan keunikan produk lokal untuk melawan produk pesaing luar. 2) Menjaga kualitas dan harga agar tetap bersaing saat harga bahan baku naik. 3) Meningkatkan loyalitas konsumen dengan pelayanan prima.

Sumber: Peneliti, (2025)

Strategi SO (*Strength - Opportunity*)

1. Memanfaatkan ketersediaan tenaga kerja dan kapasitas produksi yang mencukupi untuk menjawab permintaan pasar yang tinggi.
Dengan memiliki kapasitas produksi yang memadai (kekuatan), usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya dapat secara efisien merespons lonjakan permintaan pasar (peluang). Ini berarti usaha tersebut tidak kehilangan potensi penjualan akibat keterbatasan pasokan. Kemampuan untuk secara cepat dan konsisten memenuhi kebutuhan pasar akan meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat posisi pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pangsa pasar serta pendapatan. Ini juga menunjukkan efisiensi operasional, yang merupakan salah satu dimensi penting daya saing.
2. Menjadikan lokasi strategis sebagai keunggulan promosi berbasis lokalitas.
Pemanfaatan lokasi strategis (Kekuatan) sebagai sarana promosi adalah aplikasi strategi diferensiasi berbasis lokasi atau *place utility*. Lokasi yang mudah dijangkau atau dikenal di masyarakat memberikan peluang (*Opportunity*) untuk membangun *brand awareness* yang kuat di segmen pasar lokal.
3. Mengikuti pelatihan dan program bantuan pemerintah untuk mendorong legalisasi dan kemajuan usaha serta peningkatan kualitas produk.
Strategi pengembangan kapabilitas (Kekuatan) untuk menangkap peluang dukungan eksternal (*Opportunity*). Dengan kemauan usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” untuk berpartisipasi dalam pelatihan dan program bantuan



(Kekuatan), mereka dapat memperoleh legalitas usaha (seperti NIB, PIRT, halal) dan peningkatan standar mutu (Peluang) yang ditawarkan oleh pemerintah atau lembaga terkait. Legalitas adalah fondasi penting untuk ekspansi pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sementara peningkatan mutu produk adalah faktor krusial dalam daya saing produk.

Strategi WO (*Weakness - Opportunity*)

1. Mengikuti pelatihan manajerial dan produksi dari pemerintah.

Pelatihan ini membantu pelaku usaha mengatasi kelemahan dalam pengelolaan bisnis, seperti pencatatan keuangan, perencanaan produksi, dan strategi pemasaran, sehingga usaha dapat tumbuh lebih profesional. Dengan mengikuti pelatihan, usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” dapat meningkatkan kompetensi manajerial dan teknis, yang secara langsung memperbaiki kelemahan internal mereka.

2. Memperluas promosi digital melalui media sosial.

Keterbatasan promosi konvensional dapat diatasi dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook yang menjangkau pasar lebih luas, hemat biaya, dan efektif dalam membangun interaksi dengan pelanggan. Dengan memanfaatkan platform digital, usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” dapat mengadopsi strategi diferensiasi pemasaran (marketing differentiation) yang lebih modern dan luas.

3. Mengembangkan kerja sama dengan mitra usaha lokal dan koperasi desa.

Keterbatasan modal atau distribusi dapat diatasi dengan bermitra bersama pihak lokal seperti koperasi, toko, atau komunitas desa, sehingga memperluas jaringan usaha dan menciptakan dukungan sosial ekonomi yang saling menguntungkan. Mitra usaha lokal dan koperasi desa adalah peluang eksternal untuk membentuk ekosistem bisnis yang saling mendukung. Ini selaras dengan teori rantai nilai (*value chain*) di mana kolaborasi dapat mengoptimalkan setiap tahapan proses bisnis.

Strategi ST (*Strength - Threat*)

1. Mengembangkan keunikan produk lokal untuk melawan produk pesaing luar.

Produk lokal yang memiliki kekhasan dari segi rasa, bahan, atau cerita budaya bisa menjadi keunggulan kompetitif untuk bersaing dengan produk dari luar daerah atau luar negeri. Usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya



memiliki akses langsung ke bahan baku lokal yang khas dan dapat menonjolkan aspek kearifan lokal atau warisan budaya dalam produk mereka.

2. Menjaga kualitas dan harga agar tetap bersaing saat harga bahan baku naik.

Kekuatan dalam kontrol kualitas dan efisiensi produksi harus dipertahankan untuk menanggulangi ancaman kenaikan biaya produksi, agar harga jual tetap kompetitif tanpa mengorbankan mutu. Dengan memiliki proses produksi yang efisien dan standar kualitas yang terjaga akan meningkatkan kekuatan internal.

3. Meningkatkan loyalitas konsumen dengan pelayanan prima.

Pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan memberikan pengalaman positif akan meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga mereka tetap setia meski ada banyak pilihan produk lain di pasar. Selain itu, usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” dapat lebih fleksibel dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dibandingkan perusahaan besar.

Strategi WT (*Weakness - Threat*)

1. Meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan impor.

Kelemahan dalam efisiensi atau ketergantungan pada pasokan eksternal (*weakness*) menjadi sangat berbahaya ketika ada ancaman berupa fluktuasi harga bahan baku global, gangguan rantai pasokan, atau kebijakan pembatasan impor (*Threat*). Konsep *lean management* atau efisiensi produksi relevan di sini. Mengurangi ketergantungan impor sejalan dengan konsep resiliensi rantai pasokan dan lokalisasi pasokan.

2. Menggalang modal melalui koperasi atau lembaga mikro keuangan.

Kelemahan usaha tahu tempe “Patuk Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya dalam akses modal (*weakness*) seringkali diperparah oleh ancaman sulitnya mendapatkan pinjaman dari bank konvensional dengan persyaratan ketat (*threat*). Menggalang modal dari koperasi atau lembaga mikro keuangan adalah strategi yang memanfaatkan lembaga pendukung UMKM dan alternatif pembiayaan yang lebih adaptif. Ini sesuai dengan teori tentang pentingnya dukungan ekosistem UMKM untuk meningkatkan kapabilitas finansial.

Conclusion

Berdasarkan analisis SWOT, diketahui bahwa usaha tahu tempe “Patuk-Patuk Pacuh” memiliki kekuatan dalam kapasitas produksi dan lokasi strategis, namun dihadapkan pada kelemahan manajerial dan ancaman harga bahan baku yang



fluktuatif. Strategi pengembangan yang dapat diambil adalah strategi SO dengan fokus pada penguatan internal dan pemanfaatan peluang eksternal seperti pelatihan, promosi digital, dan kerja sama usaha. Hasil penelitian ini memberikan panduan strategis yang konkret dan terukur bagi Usaha Tahu Tempe “Patuk-Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya untuk meningkatkan daya saingnya. Rekomendasi strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT dapat langsung diimplementasikan untuk mengatasi kelemahan internal, memanfaatkan kekuatan yang ada, menangkap peluang pasar, serta mengantisipasi dan memitigasi ancaman, sehingga berkontribusi langsung pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka.

Untuk memperkaya penelitian mengenai strategi peningkatan daya saing UMKM agroindustri pada studi kasus Usaha Industri Tahu Tempe “Patuk-Patuk Pacuh” di Desa Bakajaya, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan pendekatan kombinasi (*mixed-methods*). Ini akan memungkinkan penggabungan kedalaman analisis kualitatif dari SWOT dengan data kuantitatif yang lebih terukur. Misalnya, dapat ditambahkan variabel kuantitatif seperti volume penjualan, pangsa pasar, profitabilitas, biaya produksi, atau tingkat kepuasan pelanggan sebelum dan sesudah implementasi strategi tertentu. Data ini bisa dikumpulkan melalui survei terstruktur kepada pemilik UMKM dan pelanggan, atau analisis laporan keuangan jika memungkinkan. Dengan demikian, temuan kualitatif dari analisis SWOT dapat divalidasi dan diperkuat oleh bukti kuantitatif, memberikan pemahaman yang lebih holistik dan rekomendasi strategi yang lebih solid dan terukur bagi UMKM serupa.

Advice

Agar usaha ini lebih berdaya saing, disarankan untuk:

1. Mengikuti pelatihan manajemen dan produksi untuk meningkatkan efisiensi.
2. Mengembangkan promosi digital melalui media sosial dan kemasan berlabel.
3. Mengajukan kerja sama dengan koperasi desa atau lembaga keuangan untuk memperkuat modal dan jaringan usaha.

References

Alifia, I., Putri, Y., & Widayanti, S. (2025). *Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu di Desa Tambakagung Puri Mojokerto*. 25(1), 56–64. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5659>

Arifin, B., Achsani, N. A., Martianto, D., Sari, L. K., & Firdaus, A. H. (2019). The Future



- of Indonesian Food Consumption. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 8(1), 71–102. <https://doi.org/10.52813/jei.v8i1.13>
- Baroh, I., Windiana, L., & Ariyanti, I. S. (2022). Analysis of Soybean Consumption in Indonesia. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 5(02), 131–137. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v5i02.16102>
- Delele, T. A. (2021). Review on the Role Soybean on Animal Feed and Human Nutrition in Ethiopia. *Takele Atnafu Delele. Review on the Role Soybean on Animal Feed and Human Nutrition in Ethiopia. American Journal of Zoology*, 4(3), 25–31. <https://doi.org/10.11648/j.ajz.20210403.11>
- Fole, A., Safitri, K. N., & Aini, N. (2025). Evaluasi Of Green Manufaktur And Green Distribution Starategies To Improve Msme Performance Using Linier Regression And Swot Analysis. *Jurnal Liga Ilmu Serantau (JLSI)*, 2(1), 39–52.
- Gultom, S. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawang, Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 5(1), 1–14.
- Kadarsih, L. (2025). Kajian Strategi Pengembangan Agroindustri Berbasis Komoditas Lokal. *Circle Archive*, 1–11.
- Li, S., Zhu, D., Li, K., Yang, Y., Lei, Z., & Zhang, Z. (2013). Soybean Curd Residue: Composition, Utilization, and Related Limiting Factors. *ISRN Industrial Engineering*, 2013, 1–8. <https://doi.org/10.1155/2013/423590>
- Masuda, T., & Goldsmith, P. D. (2009). World soybean production: Area harvested, yield, and long-term projections. *International Food and Agribusiness Management Review*, 12(4), 143–162.
- Maukar, A. L., Runtuk, J. K., & Andira, A. (2019). Perancangan Alat Produksi Tahu yang Higienis pada Industri Rumah Tangga. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v3i1.1439>
- Mustaqim, F. K., Kusnandar, K., & Agustono, A. (2018). Analisis Kelembagaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Emping Melinjo Di Kabupaten Magetan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.20961/sepa.v14i2.25002>
- Natalia, G., Darwanto, D. H., & Hartono, S. (2017). Analysis of Soybean Availability in



Indonesia. *Ilmu Pertanian (Agricultural Science)*, 2(1), 042.
<https://doi.org/10.22146/ipas.13613>

Ningrum, I. H., Irianto, H., & Riptanti, E. W. (2018). Analysis of soybean production and import trends and its import factors in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 142(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/142/1/012059>

Nurhayati, R., Husaini, M., & Rosni, M. (2020). Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Beras di Desa Berangas Kecamatan Pulau Laut Timur Kabupaten Kotabaru. *Frontier Agribisnis*, 4(3), 76–81.

Rahmawati, S., Aisyah, S., Andarwati, T., Ainnyah, U. N., & Harning, T. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare. 3(1), 126–132.

Romulo, A., & Surya, R. (2021). Tempe: A traditional fermented food of Indonesia and its health benefits. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 26(June). <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100413>

Rosanti, N., Rahmalia, D., Sari, I. R. M., Prianando, V., & Juniarti, R. (2025). Mengukur Kinerja Rantai Pasok Pada Agroindustri Tahu Dan Tempe : Aplikasi Model Supply Chain Operations Reference (SCOR) Measuring Supply Chain Performance in Tofu and Tempeh Agroindustry : An Application of Supply Chain Operations Reference (SCOR) Mo. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 25(1), 1–14.

Rostapaundra. (2025). Strategi pemasaran keripik pakis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 12(2), 1011–1027.

Rudihartati, L., Fediansyah, M., & Rahman, T. (2025). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah : Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah di Era Digital Abstrak *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*. 6(1), 64–72.

Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Santoso, I. (2020). Strategi Pengembangan Kemitraan Agroindustri Nilam Di Kabupaten Konawe Selatan Menggunakan Metode Analisis Swot Dan Ahp. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 53–62. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.1.53>

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.



- Sari, L., Syarbiah, S., Sumiratin, E., Studi, P., Fakultas, A., & Universitas, P. (2025). *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tempe di Desa Matahoalu Kecamatan Uepai Kabupaten Konawe*.
- Utari, F. (2025). Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Yusuf, M. N. (2022). Agroindustry Business Analysis Tofu (Case Study on Tofu Agroindustry Source of Sustenance in Balokang Village, Banjar District, Banjar City). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 1(1), 313–325.

