

**POTRET DAN ANALISIS INTERNAL-EKSTERNAL PELAKU USAHA BERBASIS
KOMODITAS UNGGUL DAERAH: RUANG LINGKUP BAWANG PUTIH
KECAMATAN SEMBALUN**

***PORTRAIT AND INTERNAL-EXTERNAL ANALYSIS OF REGIONAL
EXCEPTIONAL COMMODITY-BASED BUSINESS ACTORS: THE SCOPE OF
GARLIC IN SEMBALUN DISTRICT***

**Idiatul Fitri Danasari^{1*}, Ni Luh Sri Supartiningsih¹, Taslim Sjah¹, Sri Maryati¹,
Ni Made Wirastika Sari¹**

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataran, Mataram, Indonesia

*Email Penulis korespondensi: fitridanasari@unram.ac.id

Abstrak

Kecamatan Sembalun sebagai salah satu sentra pengembangan bawang putih nasional menunjukkan produksi bawang putih yang meningkat. Hingga saat ini penjualan hasil tani bawang putih didominasi dalam bentuk segar kepada pengepul maupun penangkar lokal. Memegang status destinasi wisata berdampak pada munculnya pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Sembalun sebagai penunjang pariwisata dalam memproduksi produk oleh-oleh khas daerah baik berupa produk kerajinan hingga olahan pangan dan hasil pertanian. Salah satunya yaitu bawang putih dan produk turunannya (*black garlic*). Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan potret dan menganalisis kondisi internal dan eksternal pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun. Metode pengolahan dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan teknik observasi dan wawancara mendalam kepada reponden yaitu lima pelaku usaha bawang putih dan turunannya yang dipilih secara *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Hasil observasi menunjukkan bahwa selain usaha tani bawang putih terdapat pelaku usaha lainnya seperti penangkar benih bawang putih yaitu CV.Pusuk Pujata dan pelaku usaha olahan bawang putih yaitu KWT Putri Rinjani Sejahtera - UD. Malsye, KWT Segare Muncar, dan KUB Maju Bersama. Hasil analisis menggunakan matriks IE dan *Grand Strategy* menunjukkan posisi agresif (kuadran I) dan *hold and mantain* (kuadran V), artinya pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun memiliki kondisi yang kuat pada pengembangannya. Perumusan strategi difokuskan pada beberapa aspek seperti 1) intensifikasi pemasaran, 2) pengembangan produk, dan 3) peningkatan kuantitas dan kualitas produk dan pelaku usaha melalui dukungan pemerintah daerah dan pusat.

Kata-Kata Kunci: eksternal, *grand strategy*, internal, potret usaha

Abstract

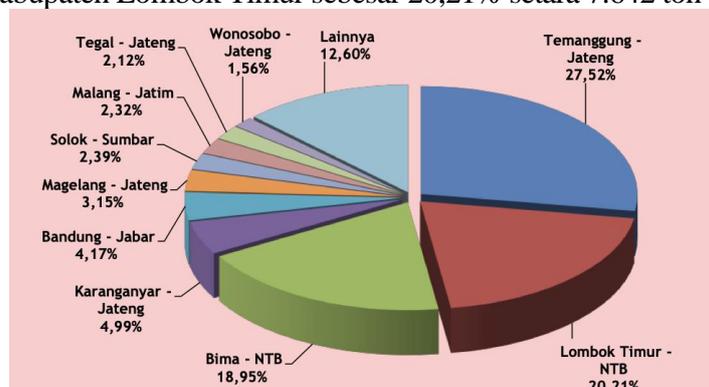
Sembalun District as one of the national garlic development centers shows an increase in garlic production. Until now, the sale of garlic agricultural products is dominated in fresh form to local collectors and breeders. Holding the status of a tourist destination has an impact on the emergence of micro, small and medium business actors in Sembalun District as a tourism support in producing regional souvenir products, both in the form of handicraft to processed food and agricultural products. One of them is garlic and its derivative products (*black garlic*). This study aims to present a portrait and analyze the internal and external conditions of garlic business actors and their derivative products in Sembalun District. The processing method was carried out using quantitative and qualitative methods, using primary data collected by observation techniques and in-depth interviews with responden, namely five garlic business actors and their derivatives selected by *purposive sampling* and *snowball sampling*. The observation results show that in addition to garlic farming, there are other business actors such as garlic seed breeders, namely CV. Pusuk Pujata and garlic processing business actors, namely KWT Putri Rinjani Sejahtera - UD. Malsye, KWT Segare Muncar, and KUB Maju Bersama. The results of the analysis using the IE and *Grand Strategy* matrices show an aggressive position (quadrant I) and *hold and mantain* (quadrant V), meaning that garlic business actors and their derivative products in Sembalun District have strong conditions in their development. The formulation of strategies focused on several aspects such as 1) intensification of marketing, 2) product development, and 3) increasing the quantity and quality of products and business actors through the support of local and central governments.

Keywords: external, *grand strategy*, internal, business potrait

PENDAHULUAN

Kecamatan Sembalun yang berada di Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu destinasi wisata populer di Indonesia, keindahan Gunung Rinjani dan Segara Anak mengundang banyak wisatawan asing maupun lokal untuk datang berkunjung (Giyoto et al., 2022). Adanya aktivitas pariwisata diketahui memberikan dampak peningkatan pendapatan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) akibat dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berbelanja di sekitar lokasi wisata. Selain itu, masyarakat juga memiliki peluang untuk menciptakan usaha baru di sekitar lokasi wisata dengan memanfaatkan dan mengolah sumber daya lokal. Secara demografi Kecamatan Sembalun berada pada dataran tinggi berkisar 600-1200 mdpl sehingga memiliki produk pertanian khas dataran tinggi berupa sayuran, buah-buahan, dan pangan seperti wortel, bawang putih, kentang, stroberi, bawang merah, kembang kol, buncis, beras merah, dan lainnya (Yusuf & Usman, 2022). Selain menjual dalam bentuk segar hasil pertanian dataran tinggi tersebut juga dilakukan pengolahan produk untuk ditawarkan ke wisatawan yang berkunjung seperti keripik kentang, buncis goreng, kopi bubuk, bawang putih bubuk, *black garlic*.

Penelitian yang dilakukan oleh Danasari, et al. (2023) menjelaskan bahwa bawang putih dan kentang merupakan komoditas unggulan dari Kecamatan Sembalun, khususnya bawang putih yang telah menjadi produk primadona bagi masyarakat sejak tahun 1980 dan memberikan perbaikan perekonomian bagi masyarakat lokal saat itu. Konsumsi bawang putih nasional mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 9,4% pada tahun 2019 dan diprediksi terus meningkat pada tahun 2024 dengan rata-rata sebesar 1,38% pertahunnya (Kementan, 2020). Kondisi tersebut menjadi peluang bagi petani bawang putih di Kecamatan Sembalun untuk meningkatkan produksi karena syarat tumbuh yang dimiliki cocok untuk pengembangan produksi bawang putih. Pada tahun 2020, Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki kontribusi produksi bawang putih nasional sebesar 39,45% setara dengan 14.919 ton dengan kontribusi terbanyak dari Kabupaten Lombok Timur sebesar 20,21% setara 7.642 ton (Gambar 1).



Gambar 1. Kontribusi Kabupaten Lombok Timur pada Produksi Bawang Putih Nasional
Sumber: Kementan, 2020

Bawang putih Sembalun dikenal memiliki cita rasa khas yaitu wangi, khasiat, dan rasa yang kuat berbeda dengan bawang putih impor serta sentra produksi lainnya, hal ini menjadi daya jual tersendiri bagi bawang putih sembalun (Setiawan et al., 2022; Zaini et al., 2024). Oleh sebab itu, bawang putih sembalun dapat menjadi produk penunjang pariwisata baik berupa bawang putih segar, nunggal, dan *black garlic* (olahan bawang putih). Adanya ketersediaan bahan baku dan diikuti dengan aktivitas pariwisata dan pengembangannya diketahui memberikan pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan pelaku usaha di lokasi sekitar (Amalia et al, 2023). Begitu pula yang terjadi di Kecamatan Sembalun tidak sedikit pelaku

usaha dengan berbagai produk yang ditawarkan salah satunya yaitu olahan bawang putih. Adanya ketersediaan bahan baku dan harga yang relatif murah saat panen menjadi motivasi dan modal utama pelaku usaha dalam memproduksi olahan bawang putih.

Sama halnya dengan komoditas pertanian lainnya bahwa harga dan pasar menjadi salah satu risiko dalam kegiatan usahatani (Danasari et al., 2023), ketika produksi melimpah (*over supply*) harga produk tersebut akan mengalami penurunan dan petani akan menanggung kerugian (Ridho et al., 2021). Solusi yang dapat dilakukan untuk menjaga harga produk pertanian yaitu dengan mengubah produk tersebut menjadi produk olahan (setengah jadi atau produk akhir). Faktor daya simpan, perubahan guna, dan bentuk produk menjadi nilai tambah terhadap produk itu sendiri (Pasaribu et al., 2023). Menghadapi kondisi tersebut maka peran industri pengolahan sangat dibutuhkan sebagai strategi inovasi dan pengembangan usaha pengolahan bawang putih yang tentunya dapat menghasilkan nilai tambah dengan nilai jual tinggi dan lebih menguntungkan (Danasari et al., 2024; Maryati et al., 2023). Beberapa jenis produk olahan bawang putih yang memiliki manfaat dan nilai jual tinggi yaitu bawang hitam atau *black garlic* (Fuadah et al., 2014; Setiawan et al., 2022), bubuk bawang putih (Agriawati et al., 2022), bawang putih goreng (Malinda et al., 2018), dan pasta bawang putih.

Diversifikasi produk merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk itu sendiri (Lin et al., 2021). Lebih jauh, diversifikasi juga menjadi peluang usaha baru bagi masyarakat sekitar dalam memanfaatkan dan mengolah hasil produksi daerahnya dan menjadi sumber pendapatan tambahan bagi mereka. Berdasarkan kondisi ini, maka perlu dilakukan penelitian yang mengkaji mengenai eksplorasi usaha berbasis bawang putih serta kondisi internal dan eksternal pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan menggunakan *purposive sampling* yaitu Kecamatan Sembalun, lokasi ini merupakan kawasan sentra pengembangan produksi bawang putih nasional yang mana bawang putih juga merupakan produk unggul dari Kecamatan Sembalun dengan varietas Sangga Sembalun. Responden pada penelitian ini ditentukan menggunakan *mix method* yaitu *purposive* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* ditujukan kepada responden yang merupakan pelaku usaha pada lingkup bawang putih seperti petani, penangkar, pelaku usaha olahan bawang putih, selanjutnya *snowball sampling* digunakan akibat kurang tersedianya data pelaku usaha di Kecamatan Sembalun sehingga informasi didapatkan dari rujukan responden yang didapatkan sebelumnya. Hasil observasi dari penelitian ini dipilih sebanyak lima pelaku usaha yang memproduksi bawang putih dan produk turunannya, pelaku usaha diambil dari tiga desa yaitu Desa Sembalun Bumbung, Desa Sajang, dan Desa Sembalun Lawang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam (*in depth interview*) menggunakan kuesioner kepada responden atau pelaku usaha di Kecamatan Sembalun. Observasi dan wawancara dilakukan untuk mengetahui keberadaan pelaku usaha dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha yang dijalankan.

Menurut David (2016), tahapan awal dalam perumusan strategi pengembangan usaha diawali dengan identifikasi faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Selanjutnya, dilakukan evaluasi kondisi usaha berdasarkan faktor-faktor tersebut dengan melakukan pembobotan menggunakan rentang skala 1-4. Adapun kriteria yang digunakan yaitu:

- 1 : indikator horizontal sama penting dengan indikator vertikal

- 2 : indikator horizontal sedikit penting dibanding indikator vertikal
- 3 : indikator horizontal penting dibanding indikator vertikal
- 4 : indikator horizontal sangat penting dibanding indikator vertikal

Berdasarkan pembobotan didapatkan peringkat dan skor dari faktor internal dan eksternal. Total skor dari setiap pelaku usaha selanjutnya menentukan kondisi usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha. Jika total skor yang diperoleh $< 2,5$ menunjukkan bahwa usaha memiliki posisi internal dan eksternal yang lemah, sedangkan total skor $> 2,5$ menunjukkan usaha memiliki posisi internal dan eksternal kuat, dan skor 2,5 menunjukkan posisi internal dan eksternal usaha di tingkat rata-rata. Lebih lanjut, kondisi pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya juga dianalisis menggunakan matriks IE (Internal-Eksternal) dan *Grand Strategy*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat tiga pelaku usaha yang mengolah bawang putih menjadi produk turunan dan lainnya merupakan pelaku usaha yang bergerak dalam bidang usaha tani dan penangkar benih bawang putih di Kecamatan Sembalun. Hal ini mengungkapkan bahwa Kecamatan Sembalun saat ini tidak hanya memproduksi bawang putih segar melainkan juga produk yang memiliki nilai jual tinggi dibandingkan dengan harga bawang putih segar (Rp.6.000 – Rp.8.000 per kg), produk tersebut berupa benih bawang putih (Rp.45.000 – Rp. 50.000 per kg) dan beberapa produk olahan seperti *black garlic*, bubuk, pasta, dan minyak bawang putih.



Gambar 2. Sebaran Responden Pelaku Usaha Tani dan Produk Turunan Bawang Putih Kec. Sembalun

Sumber: Data Primer – *Google Earth* (diolah), 2024

Potret Responden: Pelaku Usaha Tani dan Produk Turunan Bawang Putih

Bawang putih sebagai komoditas unggulan Kecamatan Sembalun memiliki harga yang lemah berkisar antara Rp.7.000-Rp.10.000 per kg (Danasari et al., 2023; Zaini et al., 2024) terlebih saat musim panen mencapai Rp.4.000 – Rp.7.000 per kilogramnya (Zaini et al., 2024). Adapun secara profitabilitas usaha tani bawang putih di Kecamatan Sembalun juga belum menunjukkan nilai yang efisien akibat tinggi harga dan volume penggunaan input produksi yang digunakan (Danasari et al., 2023). Meskipun demikian,

masyarakat masih tetap berusaha tani bawang putih karena warisan dari orang tua dan sebagai ajang gengsi di lokasi sekitar (Setiawan et al., 2022). Adanya risiko harga dan sosial dalam usaha tani bawang putih menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangannya terlebih pada sisi ekonomi sebagai indikator kesejahteraan petani dan masyarakat di Kecamatan Sembalun.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan bahwa pelaku usaha tani atau petani bawang di Kecamatan Sembalun tidak hanya memproduksi benih bawang putih untuk memenuhi kebutuhan benih pada musim tanam berikutnya melainkan mereka juga mulai beralih untuk menjual dalam bentuk benih meskipun hanya beberapa petani saja. Hal ini didasarkan karena meningkatnya permintaan benih bawang putih lokal dan tingginya harga pasaran benih. Lebih lanjut, rendahnya harga bawang putih dan pendeknya masa simpan bawang putih menjadi motivasi kelompok wanita tani di Kecamatan Sembalun untuk mengolah bawang putih menjadi produk turunan yang memiliki nilai jual tinggi. Responden pada penelitian ini lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

Penangkar Benih Bawang Putih pada penelitian ini CV Pusuk Pujata yang berlokasi di Desa Sembalun Bumbung memiliki peran penting dalam pengembangan bawang putih di Kecamatan Sembalun karena bergerak dalam pembinaan kelompok tani, produsen atau penangkar benih bawang putih, serta pelaku pemasaran benih Sangga Sembalun ke beberapa provinsi di Indonesia seperti NTT, Jawa Tengah, Sumatera dan Irian Jaya. Pemasaran benih bawang putih dilakukan melalui e-katalog hingga jalinan kerja sama dengan pihak pemerintah dan non pemerintah. CV. Pusuk Pujata melakukan pembinaan kepada kelompok tani. H. Egy Prisma selaku penangkar benih bawang putih telah membina petani bawang putih lebih dari 10 tahun sedangkan CV Pusuk Pujata didirikan sejak tahun 2019 atas dukungan Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Selanjutnya, Kertayu merupakan seorang petani sekaligus pengepul untuk bawang putih segar dan benih bawang putih yang berlokasi di Desa Sembalun Lawang. Kertayu telah menjadi petani selama 20 tahun lebih dan sebagai pengepul selama 8 tahun.

Tabel 1. Identitas Pelaku Usaha Bawang Putih dan Produk Turunannya di Kecamatan Sembalun

No	Nama Usaha	Pemilik/ Ketua	Jenis Usaha	Produk	Alamat
1	KWT Segara Muncar	Siti Khadijah	Produk Olahan Bawang Putih	Bawang putih bubuk, Minyak bawang putih, Pasta bawang putih	Desa Sajang, Sembalun
2	UD. Malsye – KWT Putri Rinjani Sejahtera	Sya'eun	Produk Olahan Bawang Putih, dan produk lainnya	Black Garlic (Nunggal, Madu), Bawang Putih Kapsul,	Desa Sembalun Bumbung, Sembalun
3	KUB Maju Bersama	Sul	Produk Olahan Bawang Putih	<i>Black garlic</i> (biasa, madu, nunggal)	Desa Sembalun Bumbung, Sembalun
4	Petani Bawang Putih	Kertayu	Benih dan bawang putih segar	Bawang putih segar dan benih	Desa Sembalun Lawang, Sembalun

No	Nama Usaha	Pemilik/ Ketua	Jenis Usaha	Produk	Alamat
5	CV. Pusuk Pujata	H. Egy Prisma	Penangkar benih bawang putih	Benih bawang putih bersertifikasi	Desa Sembalun Bumbung, Sembalun

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Adapun pelaku usaha untuk produk turunan bawang putih ditemukan terdapat 3 pelaku usaha dengan skala usaha yang berbeda-beda. Ketiga pelaku usaha tersebut yaitu KWT Segara Muncar berlokasi di Desa Sajang, UD Malsye atau KWT Putri Rinjani Sejahtera di Desa Sembalun Bumbung, dan KUB Maju Bersama di Desa Sembalun Bumbung. Diantara ketiga pelaku usaha tersebut bahwa KWT Segara Muncar merupakan pelaku usaha yang termuda didirikan pada tahun 2023, kemudian KWT Putri Rinjani Sejahtera tahun 2015, dan KUB Maju Bersama pada tahun 2013. Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha berbahan baku bawang putih diolah menjadi bawang hitam atau *black garlic* baik biasa maupun nunggal dengan varian madu dan original. Selain *black garlic*, terdapat salah satu pelaku usaha yang memproduksi bubuk, pasta, dan minyak bawang putih yaitu KWT Segara Muncar. Produk bawang putih dan turunannya lebih lengkap dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk Bawang Putih Kecamatan Sembalun

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan *in depth interview* dengan responden pelaku usaha olahan bawang putih, menjelaskan bahwa konsumen mereka tidak hanya masyarakat lokal melainkan juga nasional terlebih terdapat juga pelaku usaha yang berhasil mencapai pasar ekspor. Pelaku usaha olahan bawang putih melakukan pemasaran dengan melalui pemasaran online dengan memanfaatkan *e-commerce* dan sosial media seperti whatsapp, shopee, dan tokopedia. Lebih lanjut, pelaku usaha juga mendapatkan dukungan pemasaran secara offline (*direct marketing*) oleh pemerintah daerah dengan menyalurkan produk mereka di toko oleh-oleh, bazar serta pameran tingkat nasional maupun internasional. Beberapa toko oleh-oleh yang dikelola pemerintah sebagai media pemasaran produk khas daerah yaitu Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) dan NTB Mall. KWT Putri Rinjani

merupakan responden yang berhasil mencapai pasar ekspor dengan negara tujuan Jepang, Malaysia, dan Singapura (Danasari et al., 2024).

Tabel 2. Harga Domestik Produk Olahan Bawang Putih Kecamatan Sembalun

Responden	Produk	Kemasan		Harga Jual Domestik (Rp)
		Ukuran	Satuan	
KWT Segara Muncar	Pasta Bawang Putih	100	gram	20.000
	Bubuk Bawang Putih	50	gram	25.000
	Minyak Bawang Putih	100	ml	15.000
KWT Putri Rinjani Sejahtera - UD. Malsye	<i>Black Garlic</i> Biasa	100	gram	50.000
	<i>Black Garlic</i> Nunggal	100	gram	75.000
	<i>Black Garlic</i> Madu	50	ml	50.000
	<i>Black Garlic</i> Nunggal Madu	100	ml	100.000
KUB Maju Bersama	<i>Black Garlic</i> Biasa	100	gram	50.000
	<i>Black Garlic</i> Nunggal	100	gram	70.000
	<i>Black Garlic</i> Nunggal Madu	100	ml	70.000

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Lebih lanjut, harga jual produk olahan di Kecamatan Sembalun berkisar diantara Rp.50.000 – Rp.100.000 untuk *black garlic*, sedangkan bubuk, pasta dan minyak bawang putih berkisar diantara Rp.15.000 - Rp.25.000. Adanya perbedaan harga pada setiap produk *black garlic* disebabkan oleh variasi, ukuran, dan kemasan produk itu sendiri.

Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Bawang Putih dan Produk Turunannya

Identifikasi lingkungan eksternal dan internal aktivitas usaha tani bawang putih dan produk turunannya dilakukan untuk mengetahui kondisi usaha terhadap berbagai faktor lingkungan baik dari sisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) usaha. Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun, maka disusun matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang bertujuan untuk mengetahui posisi usaha bawang putih yang berkembang di Kecamatan Sembalun. Pada Tabel 3, disajikan hasil identifikasi faktor internal yang menghasilkan kekuatan dan kelemahan pelaku usaha di lokasi penelitian.

Berdasarkan matriks IFE (Tabel 3), faktor faktor internal memiliki jumlah skor sebesar 2,542 yang mana variasi produk yang dihasilkan dan lokasi produsen dekat dengan bahan baku dan daerah wisata memiliki skor tertinggi masing-masing sebesar 0,353 dan 0,351. Lokasi strategis salah satunya didukung dengan dekatnya rumah produksi dari sumber bahan baku, semakin dekat jarak rumah produksi dengan sumber bahan baku maka semakin terjamin ketersediaan, aksesibilitas, dan keberlangsungan usaha yang dilakukan (Sudiantini et al., 2023). Lebih lanjut, dekatnya lokasi usaha dengan sumber bahan baku juga berdampak terhadap pengurangan biaya transportasi dan biaya produksi terkait harga bahan baku (Sutanto, 2019). Selanjutnya, semakin banyak variasi produk yang ditawarkan maka diharapkan semakin tinggi kuantitas barang yang terjual, serta semakin tinggi nilai tambah yang didapatkan dan meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk tertentu (Aripin et al, 2022; Kojongian et al., 2022).

Tabel 3. Matriks IFE Pelaku Usaha Bawang Putih dan Produk Turunannya Kecamatan Sembalun

Faktor Internal			
	Bobot	Nilai	Skor
Kekuatan			
<i>Lokasi produsen dekat dengan bahan baku dan daerah wisata;</i>	0,088	4	0,351
Produk merupakan komoditas unggulan dan khas daerah;	0,084	4	0,335
Kualitas produk yang dihasilkan;	0,073	4	0,293
<i>Variasi produk yang dihasilkan;</i>	0,099	4	0,353
Bawang putih dan produk turunannya memiliki harga jual tinggi dan kompetitif;	0,061	4	0,246
Jumlah			1,578
Kelemahan			
Pelayanan produsen kepada konsumen;	0,090	2	0,134
Rendahnya teknologi budidaya hingga alat dan mesin produksi produk turunannya;	0,071	2	0,121
<i>Dukungan pemerintah daerah tidak merata dan simultan;</i>	0,088	2	0,163
Kurangnya peran lembaga perbankan dan permodalan;	0,088	1	0,088
Lemahnya kemampuan pemasaran;	0,087	2	0,138
<i>Kurangnya pengalaman tenaga kerja;</i>	0,089	2	0,178
Lambatnya pengurusan izin usaha dan produk;	0,082	2	0,144
Jumlah			0,964
Total IFE			1,000
Total IFE			2,542

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Faktor internal pada sisi kelemahan menunjukkan skor tertinggi yaitu pada kurangnya pengalaman tenaga kerja dan dukungan pemerintah daerah tidak merata dan simultan, masing-masing sebesar 0,178 dan 0,163. Menurut Aripin, et al. (2022), kualitas tenaga kerja dalam aktivitas usaha memiliki peran yang penting dalam keberlangsungan usaha, hal ini disebabkan karena tingginya tingkat persaingan bisnis saat ini. Sehingga peningkatan kemampuan tenaga kerja atau sumber daya manusia perlu untuk dilakukan salah satunya melalui pelatihan dan pendampingan. Adapun dukungan pemerintah diketahui memang dilakukan oleh pemerintah daerah Kabupaten Lombok Timur, namun tidak menyeluruh terhadap pelaku usaha potensial. Seperti yang disampaikan oleh Ketua KWT Segara Muncar bahwa mereka belum mendapatkan bantuan pengadaan mesin produksi seperti halnya pada dua pelaku usaha lainnya yang mendapatkan bantuan.

Pada Tabel 4, menyajikan hasil EFE dengan total skor 2,637 kondisi peluang dan ancaman pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun. Peluang pelaku usaha dengan skor tertinggi pada perkembangan teknologi dalam pengembangan bawang putih dan produk turunannya sebesar 0,284, selanjutnya terbukanya kerja sama mitra dengan skor 0,260. Adapun ancaman pelaku usaha dengan skor tertinggi yaitu kenaikan harga bahan baku termasuk BBM (Bahan Bakar Minyak) dengan skor 0,189.

Tabel 4. Matriks EFE Pelaku Usaha Bawang Putih dan Produk Turunannya Kecamatan Sembalun

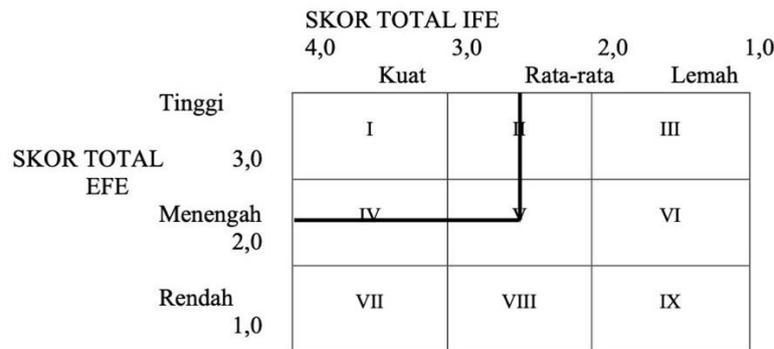
Faktor Eksternal	Bobot	Nilai	Skor
Peluang			
Adanya permintaan bawang putih dan produk turunannya pada pasar domestik dan ekspor;	0,062	4	0,249
Adanya dukungan kebijakan pemerintah dalam pengembangan usaha bawang putih dan produk turunannya;	0,070	4	0,248
<i>Terbukanya kerja sama mitra;</i>	0,077	3	0,260
Tersedianya akses pasar;	0,069	4	0,247
<i>Perkembangan teknologi dalam pengembangan bawang putih dan produk turunannya;</i>	0,071	4	0,284
Daya beli masyarakat;	0,101	2	0,233
Gaya hidup masyarakat pada produk olahan (<i>semi-final product</i>);	0,095	3	0,255
Dukungan pelatihan dan pengembangan pemerintah.	0,077	3	0,230
Jumlah			2,006
Ancaman			
<i>Banyaknya pesaing produk serupa di lokasi lain di Indonesia;</i>	0,110	1	0,153
Tidak mudahnya syarat produk memasuki pasar;	0,092	2	0,141
Syarat pengajuan izin usaha dan produk (PIRT, Halal, BPOM) tidak mudah	0,082	2	0,148
<i>Kenaikan harga bahan baku dan BBM;</i>	0,094	2	0,189
Jumlah			0,631
Total EFE			1,000
Total IFE			2,637

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Perkembangan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan suatu usaha khususnya di tengah era digitalisasi saat ini yang mana petani dan pelaku usaha memiliki peluang yang sama dalam meningkatkan aktivitas usahanya. Artinya, semakin baik penguasaan petani dan pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi maka semakin banyak pula informasi dan peluang didapatkan yang nantinya akan mempengaruhi perkembangan usaha. Salah satu penguasaan terkait perkembangan teknologi yaitu pemanfaatan pemasaran melalui media *online* (Hisyam et al., 2024). Lebih lanjut, keberadaan *youtube* memberikan pengaruh positif terhadap minat dan motivasi untuk berusaha tani (Alhabib et al., 2023; Kosmana et al., 2024).

Matriks Internal-Eksternal dan Grand Strategy

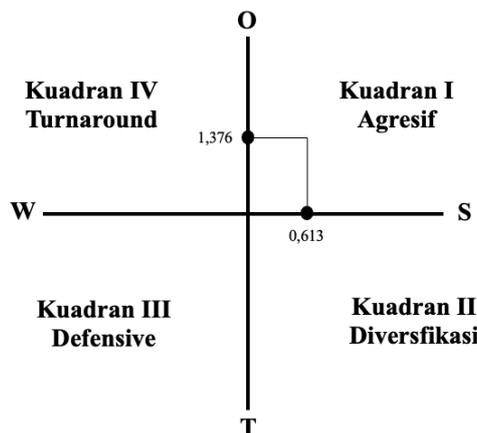
Matriks IE dan Grand Strategy (Strategi Utama) merupakan matriks yang menggambarkan kondisi perusahaan guna menentukan langkah apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun. Matriks IE dihasilkan dari perolehan total skor bobot EFE dan total skor bobot IFE, sehingga total skor didapatkan masing-masing sebesar 2,637 dan 2,542.



Gambar 4. Matriks Internal – Eksternal

Berdasarkan Gambar 4, pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun berada pada kuadran V, artinya strategi yang dapat dilakukan adalah strategi *hold and maintain*. Strategi yang dapat dilakukan pada kondisi ini adalah dengan melakukan penetrasi pasar yaitu menawarkan produk yang sudah ada ke pasar dan memungkinkan juga untuk dilakukan pengembangan produk dan pasar.

Adapun penentuan kondisi usaha menggunakan Matriks *Grand Strategy* yaitu dengan menentukan nilai selisih pada faktor internal antara total skor kekuatan dengan total skor kelemahan dan faktor eksternal antara total skor peluang dengan total skor ancaman. Berdasarkan skor pada matriks IFE dan EFE, didapatkan nilai selisih IFE sebesar 0,613 dan nilai selisih EFE sebesar 1,376, kemudian nilai tersebut diletakan pada matriks strategi utama (*grand strategy*) yang menentukan posisi usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun. Pada Gambar 5 menunjukkan posisi pelaku usaha atau responden berada pada Kuadran I yaitu Agresif, artinya pelaku usaha diharapkan menggunakan strategi pengembangan pasar (Ghati et al., 2020), penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi kedepan-kebelakang dan horisontal-vertikal (Muhamad, 2008).



Gambar 5. Matriks *Grand Strategy*

Berdasarkan matriks IE dan *Grand Strategy*, maka perumusan strategi terkait kondisi pelaku usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun dapat difokuskan ke beberapa aspek seperti 1) intensifikasi pemasaran, 2) pengembangan produk dan 3) peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui dukungan pemerintah pusat dan daerah. Hal ini didukung dengan kondisi internal pada kekuatan dan kondisi eksternal pada peluang yang dapat mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha

bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis mengenai potret usaha bawang putih dan produk turunannya di Kecamatan Sembalun, diketahui bahwa Kecamatan Sembalun tidak hanya memproduksi bawang putih segar melainkan juga benih bawang putih. Selain itu terdapat pelaku usaha yang bergerak dalam bidang pengolahan dengan produk *black garlic*, bubuk, pasta, dan minyak bawang putih. Adapun kondisi internal dan eksternal pelaku usaha menunjukkan kondisi agresif (matriks *grand strategy*) dan *hold and maintain* (matriks IE), kedua kondisi ini memfokuskan pada perumusan strategi yang mengarah pada 1) intensifikasi pemasaran, 2) pengembangan produk dan 3) peningkatan kualitas dan kuantitas produk melalui dukungan pemerintah pusat dan daerah.

Saran dari penelitian ini yaitu pelaku usaha diharapkan lebih agresif dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen baik secara mandiri oleh pelaku usaha maupun bantuan pemerintah. Hal ini menjadi salah satu faktor pendukung dalam mewujudkan usaha yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriawati, D. P., & Nurmalia, N. (2022). Peluang Pengembangan Teknologi Pengeringan Bawang Putih dan Enkapsulasi Bawang Putih Lokal. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 4, 278–282. <https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i.513>
- Alhabib, M. R., & Arisena, G. M. K. (2023). Pengaruh Konten Youtube Agribisnis Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana. *ZIRAA'AH*, 48(2), 233–242.
- Amalia, A. S., & Hanifah, L. (2023). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan UMKM Pada Kawasan Wisata Pantai Sembilan Sumenep. *Qawwam: The Leader's Writing*, 4(1), 1–9. <https://jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/217/127>
- Aripin, M. Z., & Febrianto, A. (2022). *Product Based Value Added Dalam Meningkatkan Costumer Decision Di Indomaret Kraksaan*. 8(1), 102–120. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v8i1.1310>
- Danasari, I. F., & Selvia, S. I. (2024). Kelayakan Usaha Produk Black Garlic pada UD. Malsye Putri Rinjani Sejahtera Kecamatan Sembalun. *JASINTEK*, 5(2), 260–268. <https://doi.org/https://doi.org/10.52232/jasintek.v5i2.145>
- Danasari, I. F., Supartiningsih, N. L. S., Maryati, S., Sari, N. M. W., & Febrilia, B. R. A. (2023). Overview and Risk Identification of Garlic Seed Farming in Sembalun District, East Lombok Regency, Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(12), 10947–10954. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i12.5573>
- Danasari, I. F., Suryadi, D., Mandalika, E. N. D., & Suparyana, P. K. (2023). Profitabilitas Usaha Tani Bawang Putih pada Berbagai Tingkat Efisiensi di Kecamatan Sembalun. *Jurnal Agro Ekonomi*, 41(2), 118. <https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/jae/article/view/3740>
- Fuadah, A., Sumarlan, S. H., & Hendrawan, Y. (2014). Kajian Pembuatan Bumbu dari Bawang Putih (*Allium sativum*) Dan Daun Jeruk Purut (*Cytrus hystrix*) Menggunakan Pengering Tipe Rak. *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis dan*

- Biosistem*, 2(2), 156–166.
<https://jkptb.ub.ac.id/index.php/jkptb/article/view/201/181>
- Ghati, L., Sanjaya, V. F., Shelawati, D., & Berama. (2020). IFE EFE dan Grand Strategy Industri Kuliner. *revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 159–170. <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i2.6588>
- Giyoto, Inderasari, E., Lestari, S., Nurjanah, H., Prayitno, H. J., & Salam, A. A. N. (2022). Proposing Three Potential-Interest Development Paradigm as the Local People Involvement Strategy for Tourism Destination Sustainability in Indonesia. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(8), 2181–2189. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8\(64\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8(64).10)
- Hisyam, C. J., Hayati, A. N., Maharani, A. I., & Putri, P. A. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(3), 116–134. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i3.3834>
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., Walangitan, O., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2022). *Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram* (Vol. 3, Issue 2).
- Kosmana, E., Raya, A. B., & Kaliky, R. (2024). Pemanfaatan Media Youtube dalam Menumbuhkan Minat Anak Petani Untuk Berusahatani Cabai di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 17(1), 1–6. <https://doi.org/10.19184/jsep.v17i1.42105>
- Lin, Y., Zhang, S., & Shi, Y. (2021). The impact of operational stickiness on product quality: product diversification moderation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(2), 423–447. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2020-0360>
- Malinda, Haeruddin, & Bachri, S. (2018). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usaha Bawang Putih goreng CV. Sofie Localfood in Palu City. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 1, 1263–1269.
- Maryati, S., Danasari, I. F., Sari, N. M. W., Supartiningsih, N. L. S., & Sjah, T. (2023). Entrepreneurial Behavioral of Garlic Farmers in the Garlic Production Center Area, Sembalun District, East Lombok Regency. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(10), 8903–8910. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i10.4868>
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37868/hsd.v5i1.125>
- Ridho, S., Noehdijati, D. E., Wijayanti, I. K. E., & Mulyani, A. (2021). Production risk analysis of shallot farming in Adipala Sub-District Cilacap Regency. *E3S Web of Conferences*, 306. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202130602030>
- Setiawan, L. H., Suprehatin, S., Khosyati, M. A., Nazira, N., Shara, S., & Hidayati, B. W. (2022). Willingness Petani Menanam Bawang Putih: Bukti dari Kecamatan Sembalun, Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 22(2), 111–123. <https://doi.org/10.25181/jppt.v22i2.2419>
- Sudiantini, D., Febrianti, A. S., Nugroho, A. A., Nur, A., Candra, J. M., Amanda Edwar, R., Aliyanti, T., Bisnis, F. E., Bhayangkara, U., & Raya -Bekasi, J. (2023). Pengaruh Pengambilan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Berbisnis UMKM. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 334(9), 334–338. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10044851>
- Sutanto, T. W. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya. *SNITER*, 1–14.
- Yusuf, M., & Usman, A. (2022). Development of local staple food in supporting food security: a case study in North Lombok, West Nusa Tenggara. *IOP Conference*

Series: Earth and Environmental Science, 1107, 1–15. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1107/1/012032>

Zaini, A., Anwar, A., & Danasari, I. F. (2024). Sustainability of Garlic Development in East Lombok Regency, West Nusa Tenggara. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(9), 7113–7121. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i9.9340>