

UPAYA PENGEMBANGAN USAHA AGROINDUSTRI KAKAO MELALUI STRATEGI BISNIS DI KABUPATEN LOMBOK UTARA

EFFORTS TO DEVELOP COCOA AGROINDUSTRY BUSINESS THROUGH BUSINESS STRATEGY IN NORTH LOMBOK REGENCY

Aeko Fria Utama FR¹ dan I GN Aryawan Asasandi²

^{1,2}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

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

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan faktor-faktor internal serta eksternal yang memengaruhi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta untuk menentukan strategi yang tepat dalam pengembangan bisnis agroindustri kakao di Kabupaten Lombok Utara. Penelitian dilaksanakan di Desa Genggelang, Kecamatan Gangga, yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) sebagai lokasi studi. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner serta wawancara langsung kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif. Strategi ini mencakup optimalisasi proses produksi dan peningkatan mutu produk, yang dilakukan dengan memanfaatkan bahan baku secara efisien, menggunakan tenaga kerja terampil, serta peralatan dan mesin modern. Selain itu, pengembangan variasi produk dengan tetap menjaga kualitas juga menjadi bagian dari strategi ini. Penguatan jaringan pemasaran juga diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk di kalangan konsumen. Upaya ini dilakukan melalui promosi di berbagai platform pemasaran, partisipasi dalam pelatihan, seminar, dan pameran. Selain itu, evaluasi rutin terhadap masukan konsumen sangat penting untuk memperbaiki kekurangan produk dan meningkatkan daya saing di pasar.

Kata Kunci: Agroindustri Kakao, Strategi Pengembangan

Abstract

This study aims to identify and describe internal and external factors that influence strengths, weaknesses, opportunities, and threats, as well as to determine the right strategy in developing the cocoa agro-industry business in North Lombok Regency. The study was conducted in Genggelang Village, Gangga District, which was selected intentionally (*purposive sampling*) as the research location. Data collection was carried out through a survey method using a questionnaire and direct interviews with respondents. The data analysis technique used in this study was a SWOT analysis. The results of the study showed that the most appropriate strategy to implement was an aggressive strategy. This strategy includes optimizing the production process and improving product quality, which is carried out by utilizing raw materials efficiently, using skilled labor, and modern equipment and machinery. In addition, developing product variations while maintaining quality is also part of this strategy. Strengthening the marketing network is also needed to expand market reach and increase product visibility among consumers. This effort is carried out through promotions on various marketing platforms, participation in training, seminars, and exhibitions. In addition, regular evaluation of consumer input is very important to improve product deficiencies and increase competitiveness in the market.

Keywords: Cocoa Agroindustry, Development Strategy

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara agraris dengan penduduknya yang banyak bekerja pada sektor pertanian. Sektor pertanian masih menjadi salah satu fondasi utama perekonomian Indonesia hingga saat ini (Arsyad *et al.*, 2023). Ini terlihat dari peran sektor pertanian dalam pengembangan perekonomian nasional yang tercermin dari sumbangan pertanian terhadap produk domestik bruto, penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi pertanian terhadap penerimaan devisa Negara (Jiaravanon, 2007). Dengan hal ini, pembangunan sektor pertanian diharapkan telah mampu memecahkan permasalahan sosial ekonomi yang mendasar, khususnya dalam memperluas lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan dasar masyarakat,

pemerataan pendapatan, dan mengurangi kemiskinan (Septiaji *et al.*, 2017). Perkebunan sebagai salah satu sub sektor dari pertanian juga berkontribusi dalam pendapatan nasional dan turut serta berkontribusi dalam upaya-upaya pengembangan wilayah sehingga hal ini berdampak bagi masyarakat baik dari segi ekonomi maupun social (Ananda *et al.*, 2019).

Kakao merupakan salah satu komoditas perkebunan negara Indonesia, dimana peranannya cukup penting bagi perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pendapatan, dan devisa negara (Astuti & Nofialdi, 2014). Kakao atau yang sering disebut cokelat dengan nama latin *Theobroma cacao* merupakan tanaman yang bukan tanaman asli Indonesia. Habitat asli tanaman kakao ialah berasal dari daerah hutan hujan tropis di Amerika Selatan yaitu daerah dengan kelembaban udara tinggi, suhu udara tinggi, dan penyinaran matahari teduh (Setyono *et al.*, 2019). Pada tahun 2020 perkebunan kakao yang diusahakan oleh perkebunan rakyat diperkirakan sebesar 1,49 juta hektar (98,92%), sementara perkebunan besar swasta mengusahakan 11,56 ribu hektar (0,77%) dan perkebunan besar Negara hanya mengusahakan 4,81 ribu hektar (0,32%) (BPS Indonesia, 2020). Menurut Direktorat Jenderal Perkebunan (Sudjarmoko, 2013), sebagai penghasil devisa negara, pada tahun 2012 devisa yang dihasilkan dari ekspor komoditi kakao adalah sebesar US \$ 1,05 milyar. Nilai ekspor kakao ini menurun dibandingkan nilai ekspor tahun 2011 (US \$ 1,3 milyar) atau tahun 2010 (US \$ 1,6 milyar). Faktor penyebabnya karena bahan baku cokelat itu diserap oleh industri pengolahan dalam negeri (Saputra, 2019). Di sisi lain, saat ini perkembangan industri hilir kakao dalam negeri terus meningkat sebagai dampak kebijakan Pemerintah dalam sector perdagangan (Zahra *et al.*, 2024). Dengan demikian perlu dukungan ketersediaan bahan baku biji kakao yang berkualitas secara berkesinambungan guna mendukung keberlanjutan industri dalam negeri (Zulfiandri & Marimin, 2017).

Agroindustri merupakan kegiatan industri yang menggunakan hasil pertanian dalam artian luas sebagai bahan baku, termasuk juga kegiatan merancang dan menyediakan peralatan dan mesin serta jasa untuk kegiatan tersebut (Nurul, 2016). Agroindustri merupakan suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian (Maswadi, 2011). pengembangan agroindustri berdasarkan skala usahanya dikelompokkan atas dua, yaitu skala kecil-menengah, dan skala menengah-besar. Kriteria tersebut berdasarkan nilai kekayaan perusahaan tidak termasuk asset tidak bergerak (Manalu, 2018). Strategi pengembangan agroindustri adalah suatu pola pengembangan agroindustri yang mengintegrasikan sasaran, kebijakan, dan tindakan-tindakan organisasi usaha secara terpadu sehingga menjadi lebih baik, dalam arti terciptanya nilai tambah dari keadaan sebelumnya (Bunda, 2016).

Agroindustri pengolahan kakao di Kecamatan Tanah Luas diharapkan dapat membuat produksi biji kakao di Kabupaten Aceh Utara dapat diolah menjadi produk turunan kakao yang dapat menambah nilai ekonomis produk dengan penerapan inovasi dan kreatifitas produk yang beragam, sehingga terjadinya peningkatan pendapatan dan dapat mendorong petani untuk terus meningkatkan produktifitas kakao. Penelitian ini diharapkan mampu merumuskan berbagai strategi terkait pengembangan Usaha Agroindustri Pengalohan dengan lebih terarah dan fokus pada berbagai aspek baik Internal maupun Eksternal yang mempengaruhi Agroindustri Kakao di masa yang akan datang sehingga akan mampu mendorong perkembangan serta pertumbuhan ekonomi daerah.

Kabupaten Lombok Utara tepatnya di Desa Genggeling terbentuk agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara yang menaungi Kelompok Tani dengan jumlah anggota sebanyak 20 orang petani, dengan luas areal penyangga sekitar 28 ha. areal perkebunan kakao warga sekitar 100 ha. Kampung Cokelat Senara merupakan satu-satunya rumah produksi kakao di daerah Kabupaten Lombok Utara. Kelompok tani ini melakukan pengolahan yang bahan baku utamanya adalah biji kakao. Biji kakao mentah diolah menjadi produk bernilai lebih

yaitu antara lain, biji coklat roasting, bubuk coklat, lemak coklat, permen coklat, hingga minuman coklat. Adanya pengolahan biji kakao yang menghasilkan berbagai macam produk olahan diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dari pengolahan biji kakao sehingga terjadinya peningkatan pendapatan dan dapat mendorong petani untuk terus meningkatkan produktifitas kakao. Tetapi dalam setiap usaha yang berjalan tidak dipungkiri akan terjadi kendala-kendala yang dapat menghambat usaha tersebut untuk berkembang, baik kendala yang terjadi didalam usaha tersebut maupun kendala yang berasal dari luar usaha tersebut. Sehingga dibutuhkan strategi-strategi untuk dapat mengatasi maupun meminimalisir kendala yang ada agar usaha tersebut dapat berkembang. Penelitian ini diharapkan mampu merumuskan berbagai strategi terkait pengembangan Usaha Agroindustri Pengolahan dengan lebih terarah dan fokus pada berbagai aspek baik Internal maupun Eksternal yang mempengaruhi Agroindustri Kakao di masa yang akan datang sehingga akan mampu mendorong perkembangan serta pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan faktor-faktor internal serta eksternal yang memengaruhi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta untuk menentukan strategi yang tepat dalam pengembangan bisnis agroindustri kakao di Kabupaten Lombok Utara.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif bertujuan pada pemecahan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, menjelaskan, dan menganalisis kemudian selanjutnya menarik kesimpulan (Nazir, 2017; Sugiono, 2022). Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus (*case study*) pada agroindustri kakao. Unit analisis pada penelitian ini adalah agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara Desa Genggeling Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara dengan menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Lokasi sampel diambil secara *purposive sampling* (sengaja). Responden pada penelitian ini yaitu pelaku usaha agroindustri kakao pada Kampung Cokelat Senara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan teknik survey yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisioner) dan wawancara secara langsung di lapangan terhadap individu anggota populasi (sampel) pada Kampung Cokelat Senara dengan produk olahan kakao. Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan agroindustri kakao, maka digunakan analisa data secara kualitatif dengan pendekatan Analisis Strength, Weakness, Oportunity dan Threat (SWOT). Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha Kampung Cokelat Senara dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yaitu dengan mengumpulkan informasi tentang perkembangan usaha agroindustri kakao pada tempat penelitian sehingga ditemukannya faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut. Alat yang digunakan adalah matriks IFAS, EFAS, matriks posisi dan matriks SWOT yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat membentuk suatu strategi perusahaan agar dapat bertahan dan berkembang (Rangkuti, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Agroindustri Kakao

Analisis Lingkungan Internal

Sumberdaya Manusia

Agroindustri Kampung Cokelat Senara memiliki 12 tenaga kerja yang terdiri dari 4 tenaga kerja dalam keluarga dan 8 tenaga kerja luar keluarga yang merupakan warga sekitar Kampung Cokelat Senara yang tentunya telah terampil dalam bekerja.

Sumberdaya Keuangan

Sumberdaya keuangan pada agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara berasal dari ketua kelompok (Bapak Pardan) sebesar Rp.20.000.000 dan anggota kelompok sebesar Rp.20.000.000 serta modal kemitraan dengan PT. Telkom sebesar Rp.200.000.000 yang digunakan untuk operasional serta membeli bahan baku. Dalam pengelolaan keuangan Kampung Cokelat Senara memberikan tanggung jawab kepada Bendahara yaitu Bapak Murgita untuk melakukan pembukuan sehingga dapat diketahui perputaran modal dan keuntungan yang diperoleh.

Sumberdaya Fisik

Agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara memiliki teknologi yang ada sangat mendukung dan modern, serta memiliki 3 bangunan yang digunakan sebagai gedung produksi.

Manajemen

Agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara telah melakukan manajemen atau perencanaan yang baik, hal ini terlihat dari adanya struktur organisasi dan pembagian fungsi serta tugas yang jelas. Sehingga akan mempermudah dalam menjalankan usahanya untuk mencapai tujuan bersama.

Pemasaran

Penjualan

Kampung Cokelat Senara hanya memasarkan produknya di galeri/outlet yang ada di lokasi yang sama dan mempromosikan produknya di beberapa platform media sosial yaitu instagram dan facebook. Selain itu Kampung Cokelat Senara juga menggunakan pamflet dalam promosinya yang berkaitan juga dengan adanya wisata edukasi kakao (agrowisata) di tempat tersebut.

Produk

Produk yang dihasilkan yaitu produk setengah jadi berupa bubuk cokelat dan lemak cokelat, serta produk jadi berupa makanan dan minuman cokelat yang memiliki beberapa varian. Kemasan produk olahan kakao Kampung Cokelat Senara sangat menarik dengan adanya merk dagang yaitu "Datu Cokelat Lombok" yang juga tercantum logo, slogan, deskripsi produk, masa kadaluarsa, dan izin usaha.

Harga

Harga produk cokelat Kampung Cokelat Senara tergolong normal yaitu kisaran Rp.10.000 – Rp.60.000 untuk produk yang siap konsumsi tergantung dari varian dan berat produk. Untuk produk setengah jadi yaitu bubuk cokelat dan lemak cokelat Kampung Cokelat Senara menghargai Rp.100.000 - Rp.200.000 per kilogram. Harga ini masih tergolong normal jika dibandingkan dengan produk-produk sejenis yang kualitasnya sama di pasaran.

Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan Mikro

Pemilik

Usaha agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara merupakan usaha yang dikelola oleh kelompok tani "Bunga Mekar" yang diketuai oleh Bapak Pardan tentunya sangat berharap usahanya terus berkembang dan dapat menempati pasar-pasar modern skala nasional maupun internasional.

Pelanggan

Pada agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara permintaan akan produknya tergolong banyak, yaitu mencapai sekitar 80-100% dari jumlah produksi per bulannya. Kampung Cokelat Senara selain menjadi rumah produksi kakao juga sebagai wisata edukasi kakao, sehingga para pengunjung wisata sekaligus menjadi konsumen produk-produk cokelat yang diproduksi Kampung Cokelat Senara. Kampung Cokelat Senara hanya memiliki 1 mitra usaha.

Pesaing

Produk olahan sejenis terdiri lebih dari 15 merk, sehingga pesaing yang dihadapi oleh agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara dengan merk dagang "Datu Cokelat Lombok" ini tergolong banyak.

Pemasok Bahan Baku

Pemasok bahan baku Kampung Cokelat Senara merupakan petani-petani binaan di kelompok tani Bunga Mekar. Sehingga sampai saat ini agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara merasa bahan baku yang diperlukan selalu melimpah dan tidak terjadi gangguan-gangguan yang mengganggu proses produksinya. Sedangkan untuk bahan penunjang lainnya agroindustri Kampung Cokelat Senara membelinya ke pedagang pasar tradisional.

Bantuan Pemerintah

Bantuan pemerintah sangat berperan di Kampung Cokelat Senara mulai dari melibatkan petani dalam study banding, pembentukan kelompok tani, pengadaan mesin dan alat, sampai dengan pengadaan bangunan-bangunan yang dijadikan outlet/galeri sampai dengan gedung produksi.

Media Promosi

Kampung Cokelat Senara dalam hal promosi dapat dikatakan masih kurang karena hanya menggunakan 2 platform media sosial yaitu instagram dan facebook.

Suplai Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian, tidaklah sulit untuk menemukan tenaga kerja di daerah Kampung Cokelat Senara karena masih banyak masyarakat usia produktif yang bisa diberdayakan.

Lingkungan Makro

Demografis

Agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara memiliki lingkungan demografis yang kurang mendukung karena berada jauh dari pusat kota dan populasi penduduk sekitar juga masih relatif sedikit untuk membeli produk olahan cokelat yang bukan merupakan makanan utama masyarakat.

Ekonomi

Lingkungan ekonomi Kampung Cokelat Senara yang merupakan daerah pedesaan dengan rata-rata penduduk berprofesi sebagai petani dengan pendapatan yang menengah. Sehingga dapat dikatakan daya beli masyarakat sekitar kurang terhadap produk olahan cokelat Kampung Cokelat Senara.

Teknologi

Agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara pada umumnya menggunakan teknologi yang telah bersifat modern mulai dari mesin sortasi sampai mesin untuk pengemasan.

Sosial dan Politik

Agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara memiliki lingkungan sosial dan politik yang sangat mendukung sehingga hal ini dapat menjadi peluang dalam mengembangkan usahanya.

Identifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman pada Agroindustri kampung Cokelat Senara di Kabupaten Lombok Utara

Dari hasil analisis lingkungan internal dan eksternal dengan melakukan wawancara pada pelaku usaha, maka dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Agroindustri Kakao Kampung Cokelat Senara

Faktor Internal	Kekuatan (S)	1	Kualitas Bahan Baku Baik
		2	Penggunaan Tenaga Kerja Banyak
		3	Tenaga Kerja Terampil
		4	Proses Produksi Cepat
		5	Produk Variatif
		6	Penggunaan Bahan Pengawet Sedikit
		7	Alat dan Mesin Produksi Modern
		8	Kemasan Produk Sangat Menarik
		9	Harga Produk Sesuai (Normal)
		10	Pengelolaan Keuangan Memadai
		11	Memiliki Izin dan Legalitas Usaha
	Kelemahan (W)	1	Ketersediaan Modal Kurang
		2	Kegiatan Promosi Kurang Optimal
		3	Platform Berjualan (media promosi) Kurang
		4	Lokasi Usaha Kurang Strategis
Faktor Eksternal	Peluang (O)	1	Ketersediaan Bahan Baku Melimpah
		2	Suplai Tenaga Kerja Tersedia
		3	Permintaan Produk Banyak
		4	Adanya Bantuan Pemerintah
	Ancaman (T)	1	Banyaknya Pesaing Produk Olahan Sejenis
		2	Mitra Usaha Sedikit
		3	Hubungan Dengan Pelanggan kurang

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Strategi Pengembangan Bisnis Agroindustri Kakao Kampung Cokelat Senara

1. Analisis Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Setelah faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) diketahui, selanjutnya dilakukan evaluasi strategi internal dan eksternal dengan membuat tabel Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)

No.	Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor (Rating x Bobot)
Kekuatan				
1	Kualitas Bahan Baku Baik	3	0.04	0.12
2	Penggunaan Tenaga Kerja Banyak	3	0.04	0.12

3	Tenaga Kerja Terampil	3	0.04	0.12
4	Proses Produksi Cepat	3	0.04	0.12
5	Produk Variatif	4	0.05	0.21
6	Penggunaan Bahan Pengawet Sedikit	3	0.04	0.12
7	Alat dan Mesin Produksi Modern	4	0.05	0.21
8	Kemasan Produk Sangat Menarik	4	0.05	0.21
9	Harga Produk Sesuai (Normal)	3	0.04	0.12
10	Pengelolaan Keuangan Memadai	4	0.05	0.21
11	Memiliki Izin dan Legalitas Usaha	4	0.05	0.21
Sub Total		38	0.50	1.76
Kelemahan				
1	Ketersediaan Modal Kurang	-3	0.13	-0.38
2	Kegiatan Promosi Kurang Optimal	-3	0.13	-0.38
3	Platform Berjualan (media promosi) Kurang	-3	0.13	-0.38
4	Lokasi Usaha Kurang Strategis	-3	0.13	-0.38
Sub Total		-12	0.50	-1.50
Total Kekuatan dan Kelemahan		26	1.00	0.26

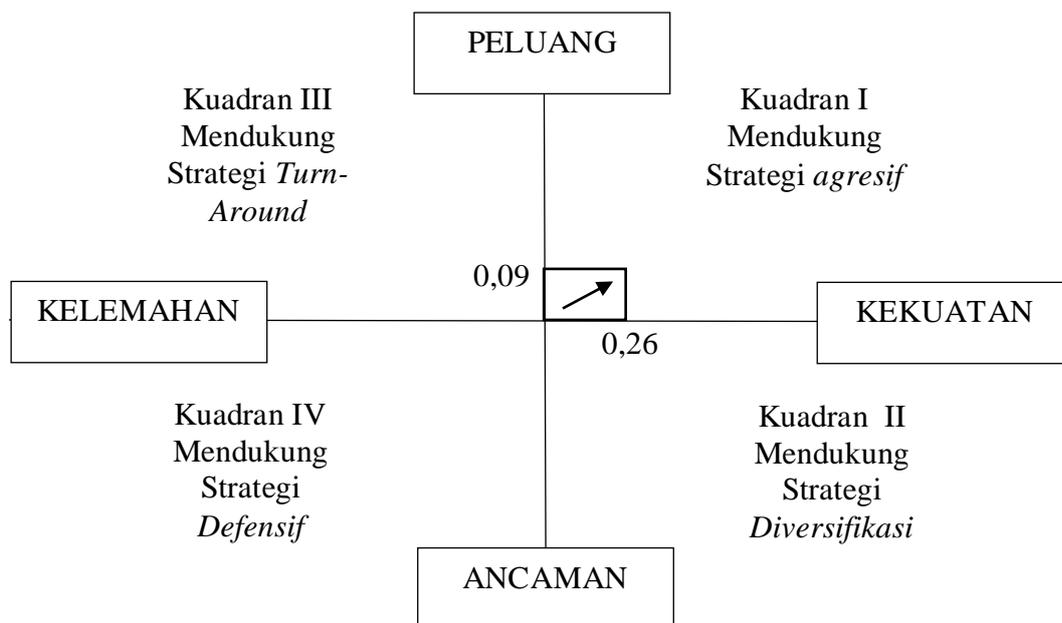
Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 3. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

No.	Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor (Rating x Bobot)
Peluang				
1	Ketersediaan Bahan Baku Melimpah	4	0.14	0.57
2	Suplai Tenaga Kerja Tersedia	4	0.14	0.57
3	Permintaan Produk Banyak	3	0.11	0.32
4	Adanya Bantuan Pemerintah	3	0.11	0.32
Sub Total		14	0.50	1.79
Ancaman				
1	Banyaknya Pesaing Produk Olahan Sejenis	-4	0.20	-0.8
2	Mitra Usaha Sedikit	-3	0.15	-0.45
3	Hubungan Dengan Pelanggan Kurang	-3	0.15	-0.45
Sub Total		-10	0.50	-1.7
Total Peluang dan Ancaman		4	1.00	0.09

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Setelah melakukan perhitungan bobot dan skor dari masing-masing faktor internal dan eksternal, selanjutnya akan dianalisis menggunakan matriks posisi yang akan menunjukkan posisi strategi pengembangan bisnis agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara. Berdasarkan Tabel diatas diperoleh nilai x yaitu selisih skor antara kekuatan dan kelemahan adalah sebesar 0,26 dimana kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan nilai y yaitu selisih skor antara peluang dan ancaman adalah 0,09 dimana peluang lebih besar daripada ancaman. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat pada koordinat *Cartesius* berikut ini:



Gambar Matriks Posisi SWOT

Berdasarkan hasil analisis pada matriks posisi SWOT diatas dapat dilihat bahwa strategi yang dibutuhkan oleh agroindustri Kampung Cokelat Senara dalam mengembangkan usahanya adalah menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sehingga strategi yang dapat dilakukan adalah strategi agresif.

2. Analisis Matriks SWOT

Adapun matriks SWOT pengembangan bisnis agroindustri Kampung Cokelat Senara yang disusun secara sistematis dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 18. Analisis SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
IFAS	1 Kualitas Bahan Baku Baik	1 Ketersediaan Modal Kurang Baik
	2 Penggunaan Tenaga Kerja Banyak	2 Kegiatan Promosi Kurang Optimal
	3 Tenaga Kerja Terampil	3 Platform Berjualan (media promosi) Kurang
	4 Proses Produksi Cepat	4 Lokasi Kurang Strategis
	5 Produk Variatif	
	6 Penggunaan Bahan Pengawet Sedikit	
	7 Alat dan Mesin Produksi Modern	
	8 Kemasan Produk Sangat Menarik	
	9 Harga Produk Sesuai (Normal)	
EFAS	10 Pengelolaan Keuangan Memadai	
	11 Memiliki Izin dan	

	Legalitas Usaha	
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>1 Ketersediaan Bahan Baku Melimpah</p> <p>2 Suplai Tenaga Kerja Tersedia</p> <p>3 Permintaan Produk Banyak</p> <p>4 Adanya Bantuan Pemerintah</p>	<p>STRATEGI S-O</p> <p>1. Memanfaatkan pengelolaan keuangan yang baik, proses produksi yang cepat, tenaga kerja yang banyak dan terampil serta alat dan mesin produksi yang modern dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta suplai tenaga kerja yang tersedia untuk meningkatkan jumlah produksi agar dapat memenuhi permintaan akan produk cokelat yang banyak (S 2,3,4,7,10 dan O 1,2,3)</p> <p>2. Mempertahankan ciri khas dan kualitas produk dengan mempertahankan harga agar tetap normal untuk memenuhi permintaan yang banyak (S 1,5,6,8,9,11 dan O 1,3)</p>	<p>STRATEGI W-O</p> <p>1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan platform yang banyak tersedia saat ini dengan melihat permintaan produk yang banyak sehingga konsumen tidak perlu lagi mengunjungi lokasi outlet untuk membeli produk (W 2,3,4 dan O 3)</p> <p>2. Meningkatkan perhatian pemerintah maupun lembaga lain agar memberikan bantuan modal untuk biaya operasional sehingga ketersediaan bahan baku yang melimpah serta tenaga kerja yang tersedia mampu dimanfaatkan secara optimal (w 1 dan O 1,2,4)</p> <p>3. Melakukan kegiatan promosi dengan mengikuti acara-acara yang dilakukan pemerintah seperti pameran produk UMKM dan yang lainnya sehingga produk lebih dikenal dan konsumen dapat membeli produk tanpa mendatangi lokasi outlet (W 2,4 dan O)</p>
<p>THREATS (T)</p> <p>1 Banyaknya Pesaing Produk Olahan Sejenis</p> <p>2 Mitra Usaha Sedikit</p> <p>3 Hubungan Dengan Pelanggan Kurang</p>	<p>STRATEGI S-T</p> <p>1. Menciptakan produk yang lebih bervariasi lagi dan menonjolkan kemasan produk yang lebih menarik yang juga memiliki izin dan legalitas usaha serta sertifikat halal untuk meningkatkan daya tarik konsumen (S 5,8,11 dan T 1,2,3)</p> <p>2. Mempertahankan</p>	<p>STRATEGI W-T</p> <p>1. Memanfaatkan modal yang ada untuk mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan produk yang berkualitas (W 1 dan T 1,2,3)</p> <p>2. Mengoptimalkan kegiatan produksi dan penggunaan platform media sosial untuk memasarkan produk tanpa harus</p>

	kualitas serta harga agar dapat bersaing dengan produk olahan sejenis dipasaran sehingga menarik mitra usaha dan menciptakan pelanggan terhadap usaha tersebut (S 1,6,9 dan T 1,2,3)	membeli ke lokasi outlet sehingga produk lebih dikenal dan menarik pelanggan lebih banyak (W2,3,4 dan T 1,2,3)
--	--	--

Berdasarkan analisis strategi dari analisis SWOT yang telah dilakukan maka adapun program-program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengembangan bisnis agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara adalah sebagai berikut:

Program Pengoptimalan Produksi dan Kualitas Produk.

Program ini diperlukan untuk dapat memenuhi permintaan yang banyak dan tetap menjaga kepercayaan pelanggan, yaitu dengan cara memanfaatkan bahan baku dalam proses produksi yang cepat dengan tenaga kerja yang terampil, serta meningkatkan variasi produk dengan tetap mempertahankan kualitas produk sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih banyak dan berkualitas.

Program Perluasan Jaringan Pemasaran

Program ini diperlukan untuk memperluas informasi dan jangkauan pasar agar produk dapat lebih dikenal dan menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan dan penerimaan, yaitu dengan cara mempromosikan produk lebih giat lagi dengan memanfaatkan platform media sosial yang ada, pelatihan-pelatihan, seminar dan pameran-pameran yang diselenggarakan serta melakukan evaluasi terhadap tanggapan konsumen terkait produk yang ditawarkan sehingga kekurangan produk dapat diperbaiki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara di Kabupaten Lombok Utara adalah kualitas bahan baku yang baik, penggunaan tenaga kerja banyak, tenaga kerja terampil, proses produksi cepat, produk variatif, penggunaan bahan pengawet sedikit, alat dan mesin produksi modern, kemasan produk sangat menarik, harga produk sesuai (normal), pengelolaan keuangan memadai, memiliki izin dan legalitas usaha. Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan adalah ketersediaan modal yang kurang, kegiatan promosi kurang optimal, platform penjualan (media promosi) kurang, dan lokasi usaha kurang strategis. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara di Kabupaten Lombok Utara adalah ketersediaan bahan baku yang melimpah, suplai tenaga kerja tersedia, permintaan produk banyak, dan adanya bantuan pemerintah. Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah banyaknya pesaing produk olahan sejenis, mitra usaha sedikit, dan hubungan dengan pelanggan yang kurang. Strategi pengembangan bisnis agroindustri kakao Kampung Cokelat Senara di Kabupaten Lombok Utara adalah strategi agresif yaitu dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang ada. Adapun strategi pengembangan tersebut antara lain: program pengoptimalan produksi dan kualitas produksi untuk dapat memenuhi permintaan yang banyak dan tetap menjaga kepercayaan pelanggan, yaitu dengan cara memanfaatkan bahan baku dalam proses produksi yang cepat dengan tenaga kerja yang terampil, serta meningkatkan variasi produk dengan tetap mempertahankan kualitas produk

sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih banyak dan berkualitas; dan program perluasan jaringan pemasaran, ini diperlukan untuk memperluas informasi dan jangkauan pasar agar produk dapat lebih dikenal dan menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan dan penerimaan, yaitu dengan cara mempromosikan produk lebih giat lagi dengan memanfaatkan platform media sosial yang ada, pelatihan-pelatihan, seminar dan pameran-pameran yang diselenggarakan serta melakukan evaluasi terhadap tanggapan konsumen terkait produk yang ditawarkan sehingga kekurangan produk dapat diperbaiki.

Saran

Adapun saran yaitu Pengusaha sebaiknya selalu melakukan inovasi terhadap produk olahan coklat dan melakukan evaluasi terkait tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan mengoptimalkan kegiatan promosi melalui media sosial agar produk-produk yang dihasilkan dapat diperbaiki kekurangannya dan lebih dikenal masyarakat sehingga jangkauan pemasaran lebih luas. Pemerintah diharapkan mempermudah akses permodalan dan memberikan pelatihan ataupun seminar terkait pengolahan coklat untuk menambah pengetahuan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya serta mengencangkan promosi dan informasi agar masyarakat mengenal produk olahan coklat yang ada di daerah Nusa Tenggara Barat pada umumnya, Desa Genggeling Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara pada khususnya. Peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian tentang perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk olahan coklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, S., Syahni, R., & Khairati, R. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Kakao Rakyat di Kabupaten Tanah Datar (Studi Kasus di Nagari Balimbing Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar). *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 1(1), 97-103.
- Arsyad, W., Mardiyanti, S., Nadir, N., Nailah, N., & Molla, S. (2023). Risiko Produksi dan Pendapatan Usahatani Kakao di Desa Kuajang Binuang Kabupaten 37 Polewali Mandar. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(2), 76.
- Astuti, H., & Nofialdi. (2014). Strategi Pengembangan Agroindustri Cokelat Olahan Berbasis Kelompok tani di Kelurahan Kapalo Koto Kota Payakumbuh Sumatera Barat. *Agroindustri*, 4(1), 1-7. <https://doi.org/10.31186/j.agroind.4.1.1-7>.
- Bunda, C. A.. (2016). Strategi Pengembangan Agroindustri Stroberi. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1(2), 92-106. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mimbaragribisnis/article/view/50/49>.
- BPS Indonesia. (2020). *Statistik Kakao Indonesia*
- Jiaravanon, Sumet. 2007. *Masa Depan Agribisnis Indonesia : Perspektif Seorang Praktisi*. Bogor: IPB Press.
- Maswadi. 2011. Agribisnis kakao dan produk olahannya berkaitan dengan kebijakan tarif pajak di Indonesia. *Jurnal Perkebunan dan Lahan Tropika*.1(2): 23-30.
- Manalu, M. (2018). Pengolahan biji kakao produksi perkebunan rakyat untuk meningkatkan pendapatan petani. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 9(2), 99-111.
- Nazir, 2017. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nurul, I. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Kakao di Indonesia Tahun 2014-2016. *At-Tijarah: Journal of Islamic Management and Business*, 2(2), 230-243.
- Rangkuti, F. (2006), *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama ; Jakarta
- Saputra, A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Kakao di Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Sains*, 17(2), 1-8.

- Septiaji, I. D., Cepriadi, & ErmiTety. (2017). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Produk Hilir Kakao (Studi Kasus Pabrik Mini Chocato Kelurahan Kapalo Koto, Kecamatan Payakumbuh Selatan, Sumatera Barat). *Jurnal Agribisnis*, Vol 19(No. 2), 72–86. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/775/558>.
- Setyono, B., Purwaningsih, H., & Basuki, H. (2019). Prospek Pengembangan Agribisnis Kakao Di Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta. *Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Yogyakarta*, 1(1), 377–383.
- Sudjarmoko, B. (2013). Strategi Peningkatan Daya Saing Kakao Indonesia di Pasar Internasional. In *Manajemen IKM* (Vol. 8, Issue 1, pp. 35–44).
- Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- Zahra, B., Antara, M., & Laksmayanti, M. K. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Produksi Usahatani Kakao Sambung Pucuk di Desa Sidole Timur Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong. *Agrotekbis*, 12(1), 43–52
- Zulfiandri, & Marimin. (2017). Strategi pengembangan agroindustri kakao berbasis kelompok tani di propinsi Sumatera Barat. *Inovisi*, 8(April), 1–13.