

Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Bawang Merah (*Allium ascalanicum L*) (Studi Kasus Di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta)

The Strategy of Development Business in Processing Shallot (*Allium ascalanicum L*) (Case Study in Murtigading Village, Kapanewon Sanden, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta)

¹Zaenal Muflich, ²Sukadi, ³Agus Wartapa

^{1,2,3}Program Studi Penyuluhan Pertanian Berkelanjutan
Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta-Magelang
Jl. Kusumanegara No.2, Tahunan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55167

³Email: aguswartapayogya@gmail.com

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui faktor strategis internal (IFAS) dan faktor strategis eksternal (EFAS) serta merumuskan alternatif strategi yang tepat dalam pengembangan usaha pengolahan bawang merah (*Allium ascalanicum L*) menjadi bawang merah goreng di Kelompok Wanita Tani (KWT) Langen Sari, Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kajian dilaksanakan pada bulan November 2020 sampai dengan bulan Juli 2021. Metode yang digunakan dalam kajian ini yaitu metode kualitatif sehingga sampel dalam kajian disebut sebagai informan atau narasumber. Teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion (FGD)*. Hasil kajian menunjukkan faktor strategis internal yang menjadi kekuatan yaitu sering diadakan pelatihan dalam lingkup internal maupun eksternal sedangkan faktor strategis internal yang menjadi kelemahan yaitu belum adanya divisi penelitian dan pengembangan serta belum adanya SOP secara tertulis. Faktor strategis eksternal yang menjadi peluang yaitu meningkatnya kebiasaan belanja online di masa pandemi covid 19 serta faktor strategis eksternal yang menjadi ancaman yaitu konsumen belum mengenal secara detail produk dari KWT Langen Sari. Adapun alternatif strategi yang dapat dilakukan dari hasil kajian ini adalah melakukan pelatihan pemasaran online melalui media sosial *Instagram*.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Pengolahan, Bawang Merah

ABSTRACT

*This research aims to determine the internal strategic factors (IFAS) and external strategic factors (EFAS) as well as to formulate appropriate alternative strategies in developing the business of processing shallots (*Allium ascalanicum L*) into fried shallots in the Women Farmers Group (KWT) Langen Sari, Kalurahan, Murtigading, Kapanewon Sanden, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. The study was conducted from November 2020 to July 2021. The method used in this study is a qualitative method so that the sample in the study is referred to as informants*

or resource persons. Data collection techniques through observation, in-depth interviews, and Focus Group Discussion (FGD). The results of the study show that internal strategic factors are strengths, namely training is often held within the internal and external scope, while internal strategic factors that become weaknesses are the absence of a research and development division and the absence of written SOPs. External strategic factors that become opportunities are the increase in online shopping habits during the COVID-19 pandemic and external strategic factors that pose a threat, namely consumers are not familiar with KWT Langen Sari products in detail. The alternative strategy that can be done from the results of this study is to conduct online marketing training through Instagram social media.

Keywords: Strategy, Development, Processing, Shallots

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam mewujudkan Indonesia sebagai lumbung pangan dunia pada tahun 2045, Kementerian Pertanian menyiapkan rencana strategis dan program yang mencakup delapan komoditas unggulan yaitu padi, jagung, kedelai, bawang merah, gula, daging sapi, cabai, dan bawang putih. Hal ini juga tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 Badan Ketahanan Pangan bahwa memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas adalah melalui mewujudkan ketahanan pangan. Pembangunan ekonomi akan dilaksanakan dalam dua pendekatan, yaitu: (1) pengelolaan sumberdaya ekonomi, dan (2) peningkatan nilai tambah ekonomi. Menurut Hayami, *et al.*(1987) dalam Mutmainah dkk (2015) menjelaskan bahwa definisi dari nilai tambah adalah pertumbuhan nilai suatu komoditas karena ada input fungsional yang diberlakukan pada komoditas yang bersangkutan. Input fungsional tersebut berupa proses perubahan bentuk (*form utility*), pemindahan tempat (*place utility*), maupun proses penyimpanan (*time utility*). Nilai tambah menggambarkan imbalan bagi tenaga kerja, modal, dan manajemen.

Bawang merah (*Allium cepa L.*) merupakan salah satu komoditas unggulan yang tumbuh subur di daerah tropis. Kabupaten Bantul memiliki jumlah produksi bawang merah 90.432 ton (BPS 2020) dari 17 kapanewon di tahun 2019. Salah satu penghasil bawang merah adalah Kapanewon Sanden dengan produksi bawang merah 20.203,27 ton (Programa 2020) di tahun 2019. Kapanewon Sanden memiliki empat kalurahan yang semuanya memiliki produksi bawang merah cukup tinggi, salah satunya Kalurahan Murtigading dengan produksi bawang merah 7.971,2 ton ditahun 2019 (Programa 2020). Dalam prakteknya, petani bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden masih melakukan budidaya bawang merah secara konvensional, namun demikian menurut Wartapa (2016) sistem tanam konvensional dapat meningkatkan ukuran diameter umbi bawang merah.

Keberadaan bawang merah yang cukup melimpah saat panen raya menyebabkan harga di tingkat petani sangat fluktuatif. Dalam beberapa kasus petani mendapat harga yang hanya sama dengan biaya produksi, artinya tidak ada margin keuntungan dalam proses budidaya bawang merah yang dilakukan. Hal ini mendorong Kelompok Wanita Tani melakukan pengolahan bawang merah segar menjadi bawang merah goreng untuk meningkatkan nilai tambah.

Dari uraian diatas penulis bermaksud untuk melakukan kajian tentang strategi

pengembangan usaha pengolahan bawang merah dalam rangka meningkatkan pendapatan petani sehingga perlu diidentifikasi faktor internal maupun eksternal yang dimiliki unit usaha tersebut yang kemudian dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha bawang merah goreng.

Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis masalah yang ada maka rumusan masalah kajian ini adalah:

1. Apa saja faktor internal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul?
2. Apa saja faktor eksternal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang dapat meningkatkan pendapatan usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari kajian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor internal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul
2. Untuk mengetahui faktor eksternal yang dimiliki pelaku usaha dalam usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul
3. Untuk merumuskan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan pendapatan usaha pengolahan bawang merah di Kalurahan Murtigading Kapanewon Sanden Kabupaten Bantul

Batasan Masalah

Kajian ini dibatasi oleh:

1. Kajian penelitian ini dikakukan di unit usaha pengolahan bawang merah Kelompok Wanita Tani Langen Sari, Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul.
2. Kajian penelitian ini dibatasi pada komponen SWOT dalam usaha pengolahan bawang merah goreng Kelompok Wanita Tani Langen Sari, Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul.

MATERI DAN METODE

Waktu dan Tempat

Kajian ini telah dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Langen Sari, Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul pada bulan Desember 2020 sampai dengan April 2021.

Pelaksanaan Pengambilan Data

1. Teknik Pemilihan lokasi
Metode pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive), dengan dasar pertimbangan bahwa di Kalurahan Murtigading terdapat pengolahan bawang merah goreng yang di kelola oleh kelompok wani tani.
2. Metode Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan disebut responden, namun narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian yang dipilih secara *purposive* yang tergolong pada *Non Probability*.

3. Sumber dan jenis data

Data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari wawancara dan data sekunder yang diperoleh dari literatur terkait.

4. Metode Pengumpulan Data

Data diperoleh melalui Observasi, Wawancara, dan *Focus Group Discussion (FGD)*.

5. Metode Kajian

Metode kajian yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Kualitatif. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa dalam metode kualitatif sampel dalam penelitian kualitatif bukan disebut responden, tetapi narasumber, atau partisipan, ataupun informan penelitian

Tahapan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion (FGD)* yang kemudian dirangkum dalam tabel *Internal Strategic Factors Analysis (IFAS)* dan *External Strategic Factors Analysis (EFAS)*

Teknik Analisis Data

1. Matrik SWOT

Matrik SWOT atau TOWS akan menyajikan gambaran tentang ancaman dan peluang dari faktor eksternal usaha serta komponen internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki KWT Langen Sari.

2. Matrik *Grand Strategy*

1) Kuadran I

Posisi sangat bagus. Untuk usaha ini, terus berkonsentrasi pada pasar (penetrasi pasar dan pengembangan pasar) dan produk saat ini (pengembangan produk) adalah strategi yang sesuai.

2) Kuadran II

Perlu melakukan evaluasi terhadap pendekatan mereka saat ini terhadap pasar secara serius.

3) Kuadran III

Bersaing dalam industri yang tumbuh dengan lambat dan memiliki posisi kompetisi yang lemah.

4) Kuadran IV

Memiliki posisi kompetitif yang kuat dalam industri yang tumbuh lambat. Perusahaan ini memiliki kekuatan untuk memperkenalkan program yang terdiversifikasi ke area yang menjanjikan.

Usahatani Pengolahan Bawang Merah

Usahatani merupakan kegiatan dalam bidang pertanian yang meliputi produksi/budidaya, penanganan pascapanen, pengolahan, sarana produksi, pemasaran hasil, dan/atau jasa penunjang (Permentan No 67/Permentan/SM.050./12/2016). Usahatani diharapkan menjadi proses yang holistik dalam kegiatan pertanian sehingga dapat menciptakan usaha yang *sustainability* atau berkelanjutan. Bawang merah menjadi salah satu komoditas yang perkembangannya cukup luas, hal ini dikarenakan daya adaptasinya yang luas karena dapat tumbuh dan memproduksi

dengan baik di dataran rendah dan tinggi, maupun lahan bekas sawah dan lahan kering (tegala, kebun, pekarangan), namun demikian bawang merah mudah mengalami pertunasan dini dan mudah mengalami kerusakan akibat adanya proses-proses fisiologi, biologi, psikokimia dan mikrobiologi. Bawang merah juga mengandung kadar air yang tinggi sehingga mudah busuk. Pada saat panen raya, produksinya melimpah menyebabkan harganya relatif murah (Suwandi, 1989) *dalam* (Aniswatul dan Widya, 2017). Perkembangan yang luas harus diikuti dengan penanganan pascapanen yang tepat salah satunya dengan mengolah menjadi bawang merah goreng.

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 2009). Dalam proses pengembangan usaha menurut Hendro (2011) perlu adanya strategi supaya tujuan tercapai dengan baik. Adapun strateginya meliputi beberapa unsur sebagai berikut:

- a. Kebutuhan modal untuk mengembangkan usaha.
- b. Analisa resiko kegagalan bisnis.
- c. Analisa tingkat keuntungan dan waktu pengembalian waktu investasinya serta prediksi arus kasnya saat memutuskan berinvestasi di bisnis.
- d. Tren pasar dan berapa lama pertumbuhan bisnisnya.
- e. Faktor – faktor perubahan dan pengubahnya.
- f. Kebutuhan SDM dan keterampilan.
- g. Tingkat operasional bisnisnya.

Analisis SWOT

Menurut Wardoyo (2011) dalam mencapai tujuan suatu perusahaan diperlukan strategi yang umumnya dikaitkan dengan misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan. Sebagai *strategic planner* ada faktor – faktor yang mempengaruhinya dan perlu diperhatikan, secara garis besar ada 4 faktor yang meliputi:

1. Kekuatan (*Strengths*)
2. Kelemahan (*Weakness*)
3. Peluang (*Opportunity*)
4. Ancaman (*Threat*)

Keempat kategori tersebut disebut SWOT. Analisis SWOT mampu memberikan analisis yang lengkap terhadap faktor – faktor dalam perusahaan. Adapun tahapan yang harus dilalui untuk melakukan analisis SWOT secara garis besar ada beberapa tahapan yaitu:

1. Analisis Faktor Internal

Ada enam komponen utama yang mempengaruhi lingkungan internal menurut David (2016) yaitu manajemen, pemasaran, keuangan/Akuntansi, produksi/Operasi, penelitian dan Pengembangan, dan sistem Informasi Manajemen

2. Analisis Faktor Eksternal

Menurut David (2016) terdapat 5 kekuatan eksternal utama yang mempengaruhi suatu perusahaan yaitu kekuatan Ekonomi, kekuatan Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan, kekuatan Politik, Pemerintahan dan Hukum, kekuatan Teknologi, dan, kekuatan Kompetitif

3. Matrik EFAS dan IFAS

Dalam tahap pengumpulan data bukan hanya sekedar kegiatan mengumpulkan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Umumnya data akan dikategorikan sebagai data internal dan eksternal. Untuk

keperluan analisis, biasanya dipakai *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS). Untuk memberikan keseragaman dalam membuat rating baik untuk EFAS maupun IFAS. Peluang dan Kekuatan diberi bilangan bulat yang positif dan dimulai dari 1 sampai dengan 4. Sedangkan untuk Kelemahan dan Ancaman diberi bilangan bulat yang negatif dan dimulai dari - 4 sampai dengan -1

4. Matrik TOWS/SWOT

Menurut Wardoyo (2011), Matrik SWOT kadang disebut dengan matrik TOWS, matrik ini terdiri atas empat bidang atau kuadran yang menentukan gambaran suatu perusahaan.

5. Matrik *Grand Strategy*

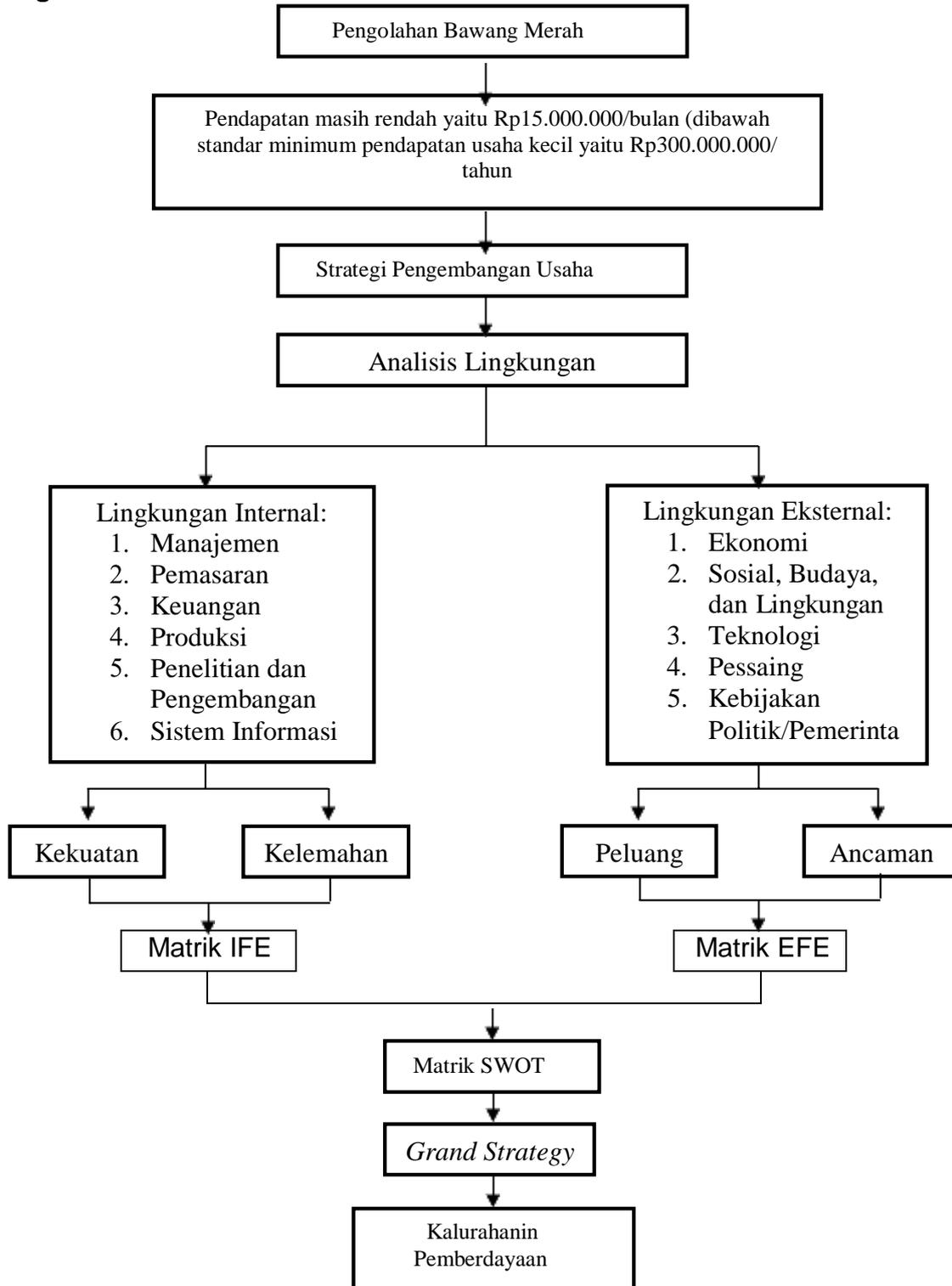
David (2016) berpendapat bahwa, matriks strategi besar (*Grand Strategy Matrix*) adalah sebuah alat yang populer untuk merumuskan alternatif strategi. Semua organisasi dapat diposisikan dalam salah satu kuadran dalam *Grand Strategy Matrix*

Definisi Operasional

Definisi operasional dari kajian strategi pembangunan usaha pengolahan bawang merah adalah sebagai berikut:

1. Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan dalam pengembangan usaha pengolahan bawang merah goreng.
2. Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial usaha pengolahan, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha pengolahan bawang merah goreng, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usahan pengolahan bawang merah goreng oleh KWT Langen Sari.
3. Analisis faktor internal (IFAS) merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui faktor internal yang dimiliki oleh suatu unit usaha. Faktor internal dalam kajian ini meliputi kemungkinan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki unit usaha pengolahan bawang merah oleh KWT Langen Sari.
4. Analisis faktor eksternal (EFAS) merupakan suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui faktor eksternal yang mungkin terjadi dalam suatu unit usaha. Faktor eksternal dalam kajian ini meliputi kemungkinan peluang dan ancaman yang mungkin terjadi pada unit usaha pengolahan bawang merah KWT Langen Sari.
5. Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh dari faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam usaha pengolahan bawang merah goreng

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Faktor Internal

a) Manajemen

Dalam usaha pengolahan bawang merah goreng pengurus dan anggota KWT Langen Sari belum melakukan perencanaan produksi secara rinci. Perencanaan yang dilakukan hanya sebatas perencanaan jangka pendek dan tidak tertulis serta belum melakukan pengolahan sesuai dengan SOP dikarenakan belum adanya SOP secara tertulis. Secara umum anggota sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan tugasnya masing-masing serta selalu di monitoring oleh penyuluh setempat.

b) Pemasaran

Produk bawang merah goreng dikemas dalam kemasan cup plastik *wicrowave* dengan berat bersih 50 gram dan dikemas menggunakan plastik *standing punch* dengan berat bersih 100 gram dengan harga Rp 10.000 dan Rp 20.000 yang dipasarkan melalui offline dari mulut ke mulut serta online melalui whatsapp. Menurut konsumen sekaligus penalis menyampaikan bahwa tekstur dari produk sudah renyah serta rasa khas dari bawang merah tidak hilang (Ir. Bernadetta Budi Setiawati, MP), namun masih terdapat sedikit minyak yang tersisa dan warna masih terlalu coklat tua (Sri Lestari).

c) Keuangan/Akuntansi

Modal usaha pengolahan bawang merah diperoleh dari uang simpan pinjam yang dimiliki KWT Langen Sari yang dahulunya merupakan uang hibah dari yang kemudian dimanfaatkan oleh KWT Langen Sari untuk modal usaha.

d) Produksi/Operasi

Dalam proses produksi bawang merah goreng KWT Langen Sari belum memiliki Standar Operasioan Prosedur (SOP) yang baku dan tertulis, hal ini dikarenakan produksi masih dilakukan secara bersama-sama sehingga apabila terjadi kekeliruan salah satu anggota langsung diingatkan oleh anggota lain.

e) Penelitian dan Pengembangan

Untuk mendukung bisnis yang sudah ada tentu perlu adanya penelitian dan pengembangan baik kualitas produk, menciptakan produk baru, efisiensi produksi, atau memperluas kapasitas teknologi yang sudah ada. KWT Langen Sari belum memiliki divisi penelitian dan pengembangan (litbang) dalam unit usaha pengolahan bawang merah goreng sehingga peningkatan bidang produk, produksi, dan teknologi relatif rendah.

f) Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen dalam unit usaha pengolahan bawang merah di KWT Langen Sari sudah terbangun denagn baik hanya saja belum dilakukan pencatatan terkait proses-proses yang terjadi sehingga semua keputusan menejerial dan dan peningkatan kinerja masih dilakukan secara lisan.

2. Analisis Faktor Eksternal

a) Kekuatan Ekonomi

Pada kondisi pandemi wabah covid 19 ini tentu sangat berpengaruh terhadap kekuatan perekonomian nasional. Ekonomi nasional yang melemah sejalan dengan menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk. Era new normal

pada kondisi pandemi wabah covid 19 mengharuskan untuk mengurangi jumlah transaksi secara langsung atau tunai sehingga terjadi peningkatan transaksi melalui media online. Tentu hal ini akan menjadi peluang besar untuk usaha yang melek teknologi dengan membukan pasar online namun juga menjadi ancaman besar bagi usaha kecil menengah yang masih rendah tingkat akses terhadap internet seperti KWT Langen Sari. Perlu adanya percepatan transformasi digital pada sistem penjualan di KWT Langen Sari agar tetap bisa bertahan.

- b) **Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis, dan Lingkungan**
Lingkungan petani yang mayoritas menanam bawang merah menjadi salah satu kekuatan dalam usaha pengolahan bawang merah sebagai sumber bahan baku.
- c) **Kekuatan Politik, Pemerintahan, dan Hukum**
Usaha pengolahan bawang merah yang dilakukan oleh KWT Langen Sari mendapat dukungan dari pemerintah melalui dinas pertanian kabupaten bantul. Dukungan yang diberikan berupa fasilitas pelatihan sesuai kebutuhan kelompok dalam upaya peningkatan usaha.
- d) **Kekuatan Teknologi**
Usaha pengolahan bawang merah KWT Langen Sari sudah menggunakan teknologi yang modern dalam proses produksinya seperti penggunaan kompor *highpressure*, alat *spinner* serta timbangan digital hanya saja dalam proses pengirisan bawang merah segar masih dilakukan secara manual.
- e) **Kekuatan Kompetitif**
Banyaknya kompetitor yang juga memiliki produk yang mirip dengan KWT Langen Sari. Dari informasi yang diperoleh dari konsumen produk bawang merah goreng yang diproduksi KWT Langen Sari lebih renyah dan tahan lama dibanding produk lain yang sejenis.

3. Matrik IFAS

Tabel 1. Matrik IFAS

Faktor-Faktor Strategis

Kekuatan	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai N+BxR
1. Struktur organisasi sudah berjalan dengan baik	0,0625	4	0,25
2. Hubungan anggota KWT baik	0,0625	4	0,25
3. Ijin P-IRT sudah dalam proses	0,0625	4	0,25
4. Sering melakukan pelatihan dalam lingkup internal maupun eksternal	0,0937	5	0,47
5. Penampilan produk menarik	0,0937	4	0,37
6. Didukung alat yang cukup memadai	0,0625	3,5	0,22
7. Ketersediaan baha baku cukup melimpah	0,0625	3,5	0,22
8. Anggotamemiliki keterampilan mengolah bawang merah	0,0937	4	0,37
Kelemahan	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai N+BxR
1. Belum melakukan perencanaan produksi	0,0937	1,5	0,14
2. Belum memiliki devisi penelitian dan pengembangan	0,0625	2	0,12
3. Promosi melalui online masih kurang aktif	0,0937	1,5	0,14

4. Belum ada pencatatan penjualan	0,0937	2	0,19
5. Belum memiliki SOP dalam produksi secara tertulis	0,0625	2	0,12
Total			3,125
Total Skor Kekuatan			2,4062
Total Skor Kelemahan			0,71875
Total Skor Kekuatan-Total Skor Kelemahan			1,687
Sumber : Data diolah (2021)			

4. Matrik EFAS

Tabel 2. Matrik EFAS

Faktor-Faktor Strategis

Peluang	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai N+BxR
1. Mendapatkan dukungan dari pemerintah melalui kegiatan pameran	0,10714	3,5	0,38
2. Meningkatnya kebiasaan belanja online	0,10714	5	0,53
3. Konsumen yang menginginkan kemasan yang praktis	0,08929	4	0,36
4. Dukungan pemerintah melalui pengadaan pelatihan	0,07143	3,5	0,25
5. Dukungan dinas pertanian dan pemerintah Kelurahan melalui pengadaan alat produksi	0,07143	3,5	0,25
6. Sering dijadikan lokasi penelitian oleh mahasiswa	0,08929	4	0,36
Ancaman	Bobot (B)	Rating (R)	Nilai N+BxR
1. Adanya kebijakan tanggap darurat covid 19	0,10714	5	0,53
2. Pesaing yang memiliki produk mirip	0,07143	4	0,28
3. Konsumen belum mengenal secara detail produk KWT	0,07143	3,5	0,25
4. Pesaing memiliki harga produk yang lebih rendah	0,10714	3	0,32
5. Kenaikan harga bahan baku	0,10714	4	0,43
Total			3,94643
Total Skor Peluang			2,125
Total Skor Ancaman			1,82143
Total Skor Peluang-Total Skor Ancaman			0,30357
Sumber : Data diolah (2021)			

7. Matrik SWOT

Terdapat empat perpaduan strategi dalam matrik SWOT yaitu meliputi strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (*Strengths-Threats*), strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Berikut alternatif strategi pengembangan usaha pengolahan bawang merah goreng di KWT Langen Sari.

- a) Strategi SO
Pelatihan pemasaran online untuk menangkap peluang meningkatnya kebiasaan konsumen dalam melakukan belanja online di masa pandemi.
- b) Strategi ST
Pelatihan pemasaran secara online untuk mengantisipasi kebijakan baru selama masa pandemi covid 19 yaitu pembatasan sosial berskala besar yang menyulitkan konsumen untuk melakukan transaksi secara langsung.
- c) Strategi WO
Melakukan perencanaan produksi secara tertulis sehingga produksi dapat dijadwalkan serta menghindari stok kosong pada saat ada permintaan dari konsumen.
- d) Strategi WT
Membentuk divisi penelitian dan pengembangan untuk melakukan inovasi olahan baru yang berbahan dasar bawang, hal ini dimaksudkan untuk menghindari ancaman produk produsen lain.

8. Matrik *Grand Strategy*

Dari data nilai matrik IFAS dan EFAS diatas dapat diketahui bahwa nilai pengurangan dari kekuatan dengan kelemahan yaitu 1,6875 serta nilai pengurangan dari peluang dengan ancaman yaitu 0,30357. Dari data tersebut dapat ditentukan posisi unit usaha pengolahan bawang merah berada pada kuadran I.

Posisi unit usaha pengolahan bawang merah goreng berdasarkan matrik posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa posisi unit usaha ini berada diposisi strategis yang baik. Pada posisi ini unit usaha dapat melakukan pengembangan usaha melalui beberapa alternatif strategi sebagai berikut:

1. Penetrasi Pasar
Unit usaha pengolahan bawang merah KWT Langen Sari perlu melakukan penetrasi pasar, salah satu cara yaitu dengan penderasaan promosi melalui sosial media. Selain itu penderasan promosi juga bisa dilakukan melalui offline yaitu dengan membuat brosur yang di tempel di kantor-kantor atau di warung kelontong yang terdapat produk olahan bawang merah dari KWT Langen Sari.
2. Pengembangan Pasar
Pengembangan pasar yang bisa dilakukan secara cepat dan tepat di masa pandemi covid 19 ini yaitu melalui media online. Kebijakan pembatasan sosial berskala besar mengharuskan konsumen untuk tidak melakukan transaksi secara langsung. Pengembangan melalui platform digital seperti shopee, tokopedia, warungkwt.com dan sejenisnya akan membantu peningkatan pasar.
3. Pengembangan Produk
Pasar yang luas dan konsumen yang terus meningkat perlu diimbangi dengan pengembangan produk. Melalui pembentukan divisi penelitian dan pengembangan dapat dilakukan pengembangan produk melalui analisi kebutuhan konsumen. Pengembangan produk yang bisa dilakukan yaitu pengembangan variasi rasa bawang merah goreng dan pengolahan bawang merah menjadi bubuk bawang merah.

KESIMPULAN

Dari kajian strategi pengolahan bawang merah yang dilakukan di Kelompok Wanita Tani (KWT) Langen Sari Kalurahan Murtigading, Kapanewon Sanden, Kabupaten Bantul dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Faktor Internal KWT Langen Sari
 - a. Kekuatan
 - 1) Struktur organisasi sudah berjalan dengan baik
 - 2) Hubungan anggota KWT baik
 - 3) Ijin P-IRT sudah dalam proses
 - 4) Sering melakukan pelatihan dalam lingkup internal maupun eksternal
 - 5) Penampilan produk menarik
 - 6) Didukung alat yang cukup memadai 7) Ketersediaan bahan baku cukup melimpah
 - 7) Anggota memiliki keterampilan dalam mengolah bawang merah
 - b. Kelemahan
 - 1) Belum melakukan perencanaan produksi
 - 2) Belum memiliki divisi penelitian dan pengembangan
 - 3) Promosi melalui online masih kurang aktif
 - 4) Belum ada pencatatan penjualan
 - 5) Belum memiliki SOP dalam produksi secara tertulis
2. Faktor Eksternal KWT Langen Sari
 - a. Peluang
 - 1) Mendapat dukungan dari pemerintah melalui kegiatan pameran
 - 2) Meningkatnya kebiasaan belanja online
 - 3) Konsumen yang menginginkan kemasan yang praktis
 - 4) Dukungan pemerintah melalui pengadaan pelatihan
 - 5) Dukungan dinas pertanian dan pemerintah kalurahan melalui pengadaan alat produksi
 - 6) Sering dijadikan lokasi penelitian oleh mahasiswa
 - b. Ancaman
 - 1) Adanya kebijakan tanggap darurat covid 19
 - 2) Pesaing yang memiliki produk mirip
 - 3) Konsumen belum mengenal secara detail produk KWT
 - 4) Pesaing memiliki harga produk yang lebih rendah
 - 5) Kenaikan harga bahan baku
3. Alternatif Strategi Penegembangan Usaha Pengolahan Bawang Merah
 - a. Melakukan pelatihan pemasaran online untuk menangkap peluang meningkatnya kebiasaan konsumen dalam melakukan belanja online di masa pandemi dan mengantisipasi kebijakan baru selama masa pandemi covid 19 yaitu pembatasan sosial berskala besar yang menyulitkan konsumen membeli secara langsung.
 - b. Memaksimalkan peluang konsumen yang menyukai kemasan produk yang praktis dengan peningkatan kapasitas anggota dalam melakukan pengemasan melalui pelatihan pengemasan.
 - c. Melakukan perencanaan produksi secara tertulis sehingga produksi dapat dijadwalkan serta menghindari stok kosong pada saat ada permintaan dari

- konsumen.
- d. Memaksimalkan dukungan pemerintah melalui bantuan pengadaan alat produksi serta pelatihan pengolahan bawang merah dapat dimaksimalkan untuk mendukung keberhasilan dalam perencanaan produksi bawang merah goreng secara terstruktur.
 - e. membentuk divisi penelitian dan pengembangan untuk melakukan inovasi olahan baru yang berbahan dasar bawang merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2020. *Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Bawang Merah Perkapanewon di Kabupaten Bantul, 2020*. Bantul. BPS Kabupaten Bantul
- Balai Penyuluhan Pertanian Kapanewon Sanden. 2020. *Programa Kapanewon Sanden. Bantul*.
- BPP Kapanewon Sanden.
- Darmawidah., Dewayani, wanti., Cicu., dan Purwani, E.Y. 2005. *Teknologi Pengolahan Bawang Merah*. Sulawesi Selatan. BPTP Sulawesi Selatan.
- David, Fred R. dan Forest R. David. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat
- Hendro. 2011. *Dasar – Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2020. *Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor : 259/Kpts/Rc.020/M/05/2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2020-2024*. Jakarta. Kementerian Pertanian.
- Khamidah, Aniswatul, dan Murni, Widya sari. 2017. *Pembuatan Bawang Merah Goreng Untuk Mengurangi Kehilangan Hasil Di Saat Panen Raya*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Pemerintah Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008 yang Mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2019. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA.CV
- Wardoyo, Paulus. 2011. *Alat Analisis Manajemen*. Semarang. Universitas Semarang.
- Wartapa, Agus. 2016. *Pengaruh Dan Cara Tanam Bawang Merah (Allium Ascalonium L.) Terhadap Hasil*. Yogyakarta. STPP Jurusan Penyuluhan Pertanian Yogyakarta.
- Yazid. 2003. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta:EKONISIA.