

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

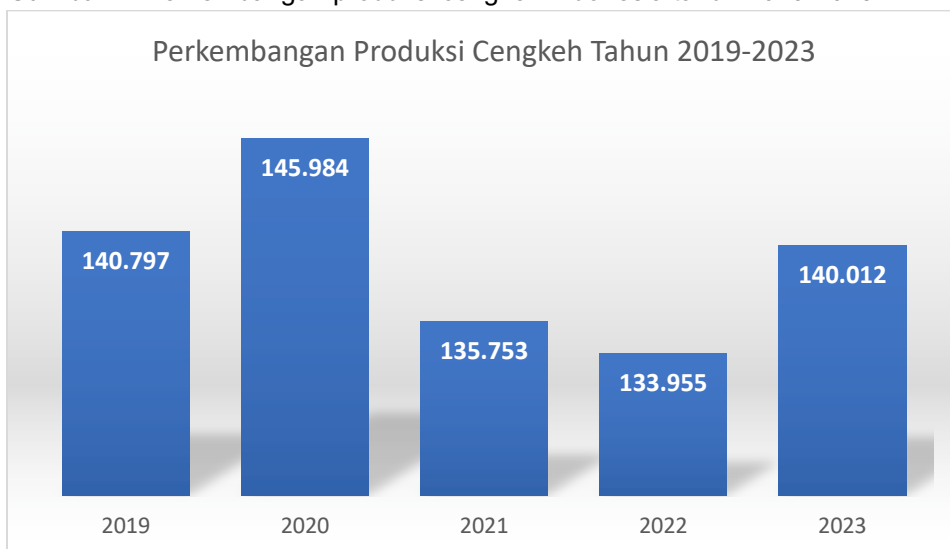
Tanaman cengkeh (*Syzgium aromaticuym*) merupakan tanaman perkebunan yang mempunyai bentuk pohon besar, berbatang keras dengan banyaknya cabang dan ranting. Tanaman cengkeh dapat digolongkan ke dalam tanaman perkebunan atau industri dan termasuk *famili myrtaceae*. Tanaman cengkeh di Indonesia mulai dikenal sebagai tanaman yang berasal dari Kepulauan Maluku. Di daerah Kepulauan Maluku ditemukan tanaman cengkeh terbesar di Dunia. Penyebaran tanaman cengkeh keluar Pulau Maluku terjadi pada tahun 1769 dan mulai masuk ke Pulau Jawa, Kalimantan dan Sumatera sekitar tahun 1970. Cengkeh merupakan produk rempah yang dipergunakan sebagai salah satu bahan baku rokok kretek, farmasi, kosmetik, dan rempah-rempah.

Menurut Ditjen Perkebunan (2020) tanaman cengkeh di Indonesia kurang lebih 97% diusahakan oleh rakyat dalam bentuk perkebunan rakyat yang tersebar di seluruh Provinsi. Sisanya sebesar 3% diusahakan oleh perkebunan swasta dan perkebunan Negara. Bagian utama dari tanaman cengkeh yang bernilai komersial adalah bunganya yang sebagian besar digunakan dalam industri rokok dan hanya sedikit dalam industri makanan. Namun demikian, dengan adanya penemuan-penemuan baru bagian tanaman lain dari cengkeh yaitu daun dan tangkai bunganya telah pula dimanfaatkan sebagai sumber minyak cengkeh yang digunakan dalam industri farmasi, kosmetik dan lain-lain (Nurmansyah BS, et al, 2017).

Pada tahun 2021, Kementerian Pertanian telah melakukan pengembangan cengkeh berupa kegiatan rehabilitasi seluas 100 ha di sentra produksi. Diantaranya, di Kabupaten Toli-Toli (Sulawesi Tengah), Kabupaten Purwakarta (Jawa Barat), Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Jawa Timur dan Maluku. Rehabilitasi ini dilakukan untuk mendorong peningkatan produksi dan produktivitas cengkeh yang kurun lima tahun terakhir relatif menurun. Pada tahun 2015 produktivitasnya 441 kg/Ha, maka pada tahun 2020 produktivitasnya sebesar 416 kg/Ha (Ditjenbun, 2022).

Indonesia merupakan Negara produsen cengkeh terbesar di Dunia, dari zaman dahulu sampai sekarang rempah-rempah Indonesia merupakan salah satu komoditas yang menjadi primadona di pasar Dunia. Tidak hanya memenuhi kebutuhan dalam Negeri, cengkeh juga menjadi komoditas mendominasi ekspor Indonesia. Untuk mempertahankan negara Indonesia tetap menjadi negara penghasil cengkeh terbesar di dunia beberapa upaya yang harus dilakukan diantaranya dengan melakukan perbaikan dalam penanganan pascapanen agar mutu dan kualitas bunga cengkeh kering dapat terjaga dengan baik, peningkatan mutu tepung bunga cengkeh sebagai rempah bumbu bahan baku industri makanan dan perbaikan teknologi penyulingan dalam memproduksi minyak daun cengkeh.

Gambar 1. Perkembangan produksi cengkeh Indonesia tahun 2019-2023



Sumber: Data Sekunder, Kementerian Pertanian, Outlook Cengkeh, 2023

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan, Perkembangan produksi cengkeh Nasional selama kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2019-2023 produksi cengkeh Indonesia mengalami fluktuasi namun cenderung meningkat. Berdasarkan status pengusahannya, produksi cengkeh di dominasi oleh perkebunan rakyat. Faktor-faktor yang mempengaruhi tren produksi meliputi cuaca, serangan hama, kebijakan pertanian, harga pasar, serta permintaan industri dan ekspor. Pemulihan produksi pada tahun 2023 menunjukkan bahwa sektor pertanian cengkeh memiliki potensi untuk berkembang, asalkan ada dukungan yang tepat bagi para petani.

Terdapat 10 provinsi sentra produksi cengkeh Indonesia berdasarkan data rata-rata produksi cengkeh tahun 2018-2022. Provinsi sentra cengkeh adalah Maluku, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Sulawesi Utara, Aceh, dan Maluku Utara. Kesepuluh Provinsi tersebut memberikan kontribusi kumulatif sebesar 82,79% terhadap Indonesia. Sentra utama cengkeh adalah Provinsi Maluku dengan rata-rata produksi sebesar 20,73 ribu ton atau berkontribusi sebesar 15,50% per tahu terhadap Indonesia. Peringkat kedua ditempati oleh Sulawesi Selatan dengan rata-rata produksi sebesar 20,48 ribu ton atau berkontribusi sebesar 14,76% per tahun. Rata-rata produksi cengkeh di Provinsi Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara dan Jawa Timur masing-masing sebesar 19,20 ribu ton, 11,89 ribu ton dan 11,00 ribu ton. Sementara lima Provinsi berikutnya mempunyai rata-rata produksi dibawah 10 ribu ton.

Gambar 2. Perkembangan konsumsi cengkeh Indonesia tahun 2018-2022



Sumber: Data Sekunder, Kementerian Pertanian, Outlook Cengkeh, 2023

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa perkembangan konsumsi cengkeh Indonesia selama periode tahun 2018-2022 cenderung mengalami peningkatan. Hal itu dikarenakan cengkeh merupakan produk rempah yang di pergunakan sebagai salah satu bahan baku industri rokok kretek, farmasi, kosmetik, dan rempah-rempah. Hampir 91,32% produksi cengkeh di peruntukkan untuk konsumsi dan industri rokok kretek sedang sisanya untuk penggunaan lainnya. Mengingat hingga dewasa ini produksi rokok kretek selalu meningkat, maka kebutuhan cengkeh pun mengikutinya.

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu Provinsi sentra produksi cengkeh dimana penduduknya sebagian besar bertempat tinggal di pedesaan dan mata pencaharian penduduknya adalah petani. Sektor usahatani yang dilakukan seperti, tanaman pangan, hortikultura, perkebunan dan kehutanan. Salah satu komoditi perkebunan yang banyak diusahakan adalah cengkeh. Pengembangan tanaman cengkeh di Provinsi Sulawesi Tenggara tersebar hampir di semua Kabupaten/Kota, termasuk di Kabupaten Kolaka Utara. Pengembangan tanaman cengkeh Kabupaten Kolaka Utara sangat memberikan potensi yang cukup besar, hal ini dapat dilihat pada luas area dan jumlah produksi tanaman cengkeh yang tersebar di setiap Kecamatan yang ada di Kabupaten Kolaka Utara. Adapun luas area dan produksi tanaman cengkeh yang tersebar disetiap Kecamatan di Kabupaten Kolaka Utara dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi cengkeh di Kabupaten Kolaka Utara

Desa	Luas area (Ha)	Produksi (Ton)
Ranteangin	649,10	250,10
Lambai	699,20	358,00
Wawo	712,20	285,10
Lasusua	2.685,50	1.395,10
Katoi	2.884,50	1.595,80
Kodeoha	1.281,40	759,20
Tiwu	574,80	285,10
Ngapa	1.237,30	312,10
Watunohu	153,00	225,00
Pakue	863,00	277,20
Pakue utara	661,10	235,90
Pakue Tengah	849,50	225,20
Batu Putih	582,80	225,90
Porehu	133,90	351,90
Tolala	245,50	102,90

Sumber : BPS Statistik, 2023

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Kabupaten Kolaka Utara memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan usahatani cengkeh, khususnya di Kecamatan Ngapa. Kecamatan Ngapa memiliki luas lahan yang cukup luas dalam mengusahakan tanaman cengkeh. Kecamatan Ngapa memiliki kondisi geografis yang cocok untuk budidaya tanaman cengkeh melalui pengolahan lahan dan penggunaan faktor produksi yang sederhana yang dapat dilakukan oleh petani dan secara finansial layak untuk dikembangkan. Mengingat produksi cengkeh yang cukup potensial, oleh karenanya diperlukan adanya upaya pengembangan usahatani cengkeh yang dilakukan di Kecamatan Ngapa Kabupaten Kolaka Utara dengan suatu analisis untuk strategi pengembangan usahatani cengkeh di Kecamatan Ngapa Kabupaten Kolaka Utara.

CV. Aswar Trans Utama Merupakan salah satu perusahaan yang ada di Kabupaten Kolaka Utara yang bergerak dalam bidang pertanian. Awalnya Perusahaan CV Aswar Trans Utama berbentuk Badan Usaha Perdagangan (UD) yang dimana usaha yang dijalankan yaitu perdagangan kakao, berdiri sejak tahun 2005. Sebuah perusahaan akan mengalami kondisi pasang surut dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Sama halnya dengan CV Aswar Trans Utama dalam hal perkembangan perusahaan, CV. Aswar Trans Utama mengalami kondisi pasang surut dalam menjalankan usahanya. Setelah 10 tahun menjalankan usahanya, perusahaan ini sempat berhenti beroperasi dalam melakukan perdagangan kakao sebelum akhirnya beroperasi Kembali ditahun 2019 dengan perdagangan komoditi yang berbeda yaitu cengkeh. Salah satu faktor penyebab berhentinya beroperasi pada waktu itu dikarenakan kondisi lingkungan yang ada yakni dimana pada saat itu jumlah produksi kakao yang ada di Kabupaten Kolaka Utara tidak banyak lagi ditambah banyaknya petani yang mulai menggantikan tanaman perkebunan mereka dari tanaman kakao ke komoditas yang lain seperti cengkeh dan nilam. Di tahun 2019 perusahaan ini Kembali beroperasi dengan bentuk badan usaha yang berbeda bukan lagi berbadan usaha perdagangan (UD) tapi berbadan *Commanditaire Vennotschaap* (CV) dengan perdagangan komoditas yang berbeda yaitu komoditi cengkeh.

Setelah hampir 5 tahun beroperasi kembali perusahaan ini mengalami tantangannya tersendiri dalam menjalankan usahanya, beberapa faktor yang dihadapi oleh CV. Aswar Trans Utama yaitu. Keterbatasan modal menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh perusahaan CV. Aswar trans utama, dimana keterbatasan modal merupakan kondisi dimana suatu perusahaan tidak memiliki cukup dana untuk menjalankan operasionalnya atau untuk melakukan ekspansi, sederhananya perusahaan kekurangan finansial untuk menjalankan bisnisnya. Kemudian masalah fluktuasi harga yang ada yang membuat perusahaan ini tidak mendapatkan pendapatan secara maksimal, selanjutnya pasokan yang tidak konsisten disebabkan adanya persaingan yang ketat baik dari tanaman komoditas yang ditanam oleh petani dan juga perusahaan pesaing yang ada disekitar CV. Aswar Trans Utama serta permasalahan logistik yang ada. Kondisi yang dihadapi oleh CV. Aswar Trans Utama merupakan hal yang wajar bila kondisi tersebut terjadi karena kegiatan ekonomi bukanlah sesuatu yang berjalan konstan dari waktu ke waktu dan juga dipengaruhi oleh banyak faktor seperti yang telah disebutkan. Dengan situasi dan kondisi tersebut, manajemen perusahaan memiliki peranan penting dalam menjalankan roda kegiatan perusahaan. Bisa dikatakan bahwa keberhasilan perusahaan tergantung pada kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul penelitian **“Strategi pengembangan usaha perdagangan cengkeh CV. Aswar Trans Utama di Kabupaten Kolaka Utara”**.

1.2 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan kasus CV. Aswar Trans Utama yaitu Sumberdaya perusahaan dan kinerja perusahaan

2. Merumuskan strategi pengembangan usaha cengkeh CV. Aswar Trans Utama

1.3 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan refrensi dan literatur bagi akademis terhadap penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Hasil penelitian dapat bermanfaat bagi para pelaku usahatani cengkeh sebagai bahan informasi dan dasar dalam pengambilan keputusan terkait strategi pengembangan usahatani cengkeh.

BAB II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Aswar Trans Utama di Kecamatan Ngapa Kabupaten Kolaka Utara. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanian khususnya pemasaran hasil pertanian komoditas cengkeh. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober -November 2024.

2.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Paramita, 2015 definisi dari data primer dan data sekunder adalah.

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara bersama informan atau pihak CV. Aswar Trans Utama di kabupaten Kolaka Utara dengan menggunakan kuesioner berupa lembaran pertanyaan yang telah disediakan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana produksi dan pemasaran komoditas cengkeh.
- b. Data sekunder, yaitu data yang telah dikumpulkan oleh Lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder dapat juga dikatakan sebagai data yang diberikan benar-benar sesuai dengan topik penelitian. Data sekunder yang digunakan berupa dokumen resmi dan berbagai sumber seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, jurnal-jurnal, penelitian terdahulu, atau data documenter yang terkait dengan lokasi, komoditas, dan topik penelitian.

2.3 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi yakni proses pengamatan terhadap objek penelitian. Hasil observasi berupa kondisi ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan lain sebagainya.
2. Kuesioner menurut (Makbul, 2021) adalah instrument penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk mengetahui informasi atau data yang harus dijawab oleh responden.
3. Wawancara mendalam (*indepeth interview*) merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapat informasi secara lisan melalui proses tanya jawab yang berhadapan dengan jumlah informan yang dapat memberikan keterangan yang diberkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Rukajat, 2018)
4. Dokumentasi, yaitu Teknik pengumpulan data dengan menggunakan foto. Menurut (sugiyono, 2013) yang mengatakan bahwa dokumntasi adalah Teknik pengumpulan data terkait suatu peristiwa yang sudah berlalu dapat berupa tulisan, gambar, karya dan lain sebagainya.

2.4 Penentuan Informan

Penentuan informan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana penentuan informan dipilih dengan sengaja dengan mempertimbangkan bahwa informan memiliki data dan memberikan informasi yang akurat berdasarkan kebutuhan analisis dalam penelitian ini. Menurut Arikunto (2013), teknik penentuan *purposive sampling* ini termasuk dalam kategori penentuan non *probability* yang merupakan teknik pemilihan sampel yang dimana setiap elemen dari populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel dan representasi sampel tidak dipersoalkan, artinya hanya orang-orang tertentu saja yang akan dijadikan sebagai informan misalnya kepala pemasok produk-produk pertanian, bagian manager di pasar modern serta petinggi-petinggi lainnya yang memiliki peranan penting terhadap penelitian. Adapun yang menjadi sumber informasi utama dalam penelitian ini yaitu dari pemilik CV. Aswar Trans Utama Yakni Bapak Aswar Anas. S.M yang memberikan informasi mengenai kegiatan bisnis dalam menjalankan usahanya.

2.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan internal perusahaan kemudian melakukan analisis perencanaan dan pengembangan agrosistem atau yang biasa dikenal APPAS untuk mengungkap sumberdaya yang dimiliki dan masalah yang dimiliki dan merumuskan strategi pengembangan usaha perdagangan cengkeh di CV. Aswar Trans Utama di Kabupaten Kolaka Utara, dilakukan dengan teknik analisis SWOT melalui wawancara dan pengisian kuesioner pendahuluan.

Metode berpikir APPAS merupakan suatu metode belajar yang mengarahkan untuk mengetahui sisi-sisi permasalahan mendalam terkait dengan agrosistem kasus yang dijadikan sebagai objek penelitian dan juga mengarahkan untuk menganalisis pemecahan serta tindakan yang harus dilakukan demi pengembangan agrosistem kasus (Yuyun, 2018).

Menurut Rukka, (2008) metode APPAS terdiri atas beberapa tahapan yaitu, Perumusan visi agrosistem, Analisis posisi dan kinerja agrosistem, Analisis masalah pengembangan agrosistem, Analisis sasaran pengembangan agrosistem dan analisis tindakan pengembangan agrosistem.

Analisis SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang akan membentuk akronim SWOT (*strnghts, weakness, opportunities, threats*). Analisis SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

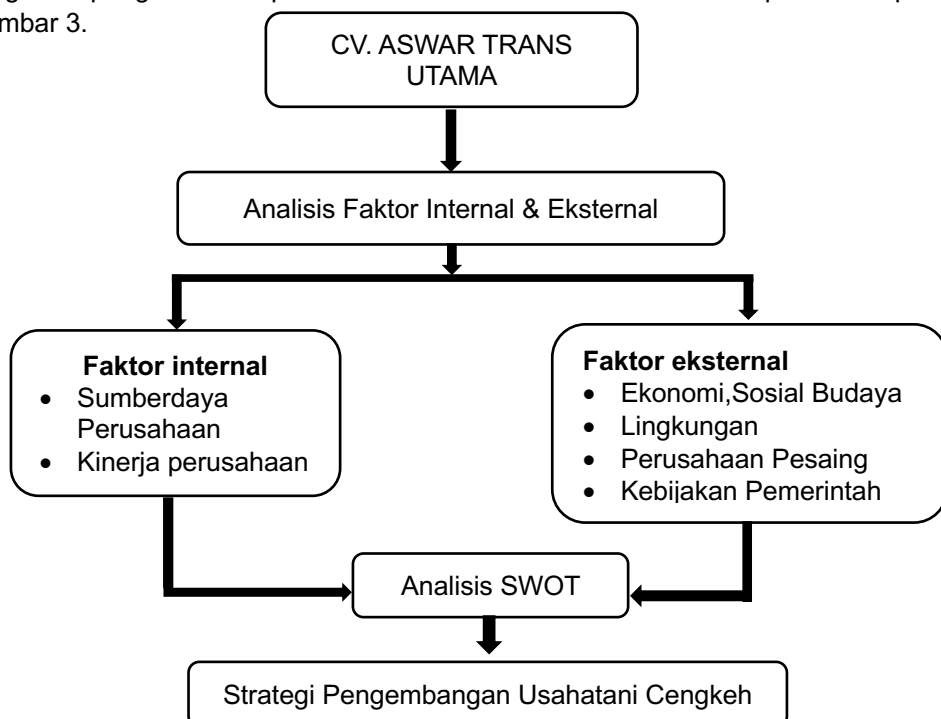
Analisis SWOT bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subjektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda keempat bagian SWOT yakni kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Hal ini wajar terjadi karena analisis SWOT adalah sebuah analisis yang akan memberikan output berupa arahan dan tidak

memberikan solusi “ajaib” dalam sebuah perusahaan. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT (Wiswasta, G. 2018)

Perjalanan sebuah agrosistem tidak hanya mengalami hambatan dari dalam saja (Internal), namu juga akan mengalami hambatan dari luar (Eksternal) agrosistem, karena agrosistem dalam menjalankan aktifitasnya memerlukan pula berbagai pihak yang berkepentingan yang berada dari luar agrosistem. Olehnya itu dalam mengembangkan agrosistem perlu klasifikasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan.

Klasifikasi internal dan ekstenal dalam konteks perusahaan terjadi karena adanya kebutuhan untuk mengelompokkan berbagai faktor yang memengaruhi operasional dan strategi bisnis berdasarkan sumbernya. Faktor internal berasal dari dalam perusahaan dan berada di bawah kendali manajemen. Klasifikasi ini terjadi karena perusahaan perlu memahami kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasinya sendiri. Faktor eksternal berasal dari luar perusahaan dan umumnya tidak dapat dikendalikan secara langsung. Klasifikasi ini dilakukan untuk membantu perusahaan memahami peluang dan ancaman dari lingkungan sekitar. Identifikasi faktor internal dan eksternal dilakukan dengan *analisis internal factor* (IFE) dan *eksternal factor evaluation* (EFE).

Dalam Menyusun strategi menggunakan analysis SWOT, tentu ada faktor yang mempengaruhi komponen analisis SWOT faktor tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Skema Kerangka Strategi Pengembangan usaha perdagangan cengkeh

Untuk mengetahui strategi pengembangan usahatani cengkeh digunakan analisis deksriptif kuantitatif melalui pendekatan SWOT, (Muhammad, 2018) dengan cara :

a. *External Starategy Factor Analysis (EFAS)*

EFAS matrik digunakan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, dan informasi tentang persaingan. Tahap dalam mengembangkan EFAS matrik adalah sebagai berikut :

1. Pada kolom satu disusun peluang-peluang dan ancaman-ancaman.
2. Selanjutnya pada kolom dua beri bobot terhadap masing-masing faktor peluang dan ancaman, mulai dari 1,0 (sangat penting), sampai 0,0 (tidak penting). Jumlah bobot untuk semua faktor peluang dan ancaman sama dengan 1,0.
3. Pada kolom tiga diberi skala rating mulai dari 4 sampai dengan 1, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pengembangan usahatani cengkeh di kecamatan Ngapa Kabupaten Kolaka Utara. Pemeberian nilai rating untuk peluang bersifat positif (nilai 4 = sangat besar, 3 = besar, 2 = sedang, dan 1 = kecil), sedangkan pemberian nilai rating untuk ancaman bersifat negative (nilai 4 = kecil, 3 = sedang, 2 = besar, 1= sangat besar).
4. Pada kolom empat diisi nilai perkalian bobot dan rating suatu faktor yang sama. Nilai hasil kali tersebut merupakan skor pembobotan dari faktor tersebut.
5. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom empat. Nilai tersebut menunjukkan bagaimana system bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

b. *Internal Strategy Factor Analysis (IFAS)*

Langkah penyimpulan dalam mengelola lingkungan internal dapat dipakai dalam Menyusun IFAS matrik. Alat perumusan strategi ini menyimpulkan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan. Tahap pengembangan IFAS matrik adalah sebagai berikut:

1. Pada kolom satu disusun kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan.
2. Pada kolom dua diberi bobot terhadap masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), jumlah bobot untuk semua faktor kekuatan dan kelemahan sama dengan 1,0.
3. Nilai bobot diperoleh dari rata-rata masing-masing pertanyaan dibagi dengan total rata-rata pertanyaan yang diberikan oleh responden.
4. Pada kolom tiga diberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*Poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pengembangan-pengembangan usahatani cengkeh di kecamatan Ngapa Kabupaten Kolaka Utara. Pemberian nilai rating untuk kekuatan bersifat positif (nilai 4 = sangat besar, 3 = besar, 2 = sedang, dan 1 = kecil), sedangkan pemberian nilai rating untuk kelemahan bersifat negative (4 = kecil, 3 = sedang, 2 = besar, dan 1 = sangat besar). Masing-masing besaran rating merupakan rata-rata dari penilaian yang diberikan oleh responden.
5. Pada kolom empat diisi nilai hasil perkalian bobot dan rating suatu faktor yang sama. Nilai hasil kali tersebut merupakan skor pembobotan dari faktor tersebut.

6. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom empat.

c. Matriks SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opporotunityi, and Threat Matrix*)

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan dalam Menyusun faktor-faktor sebagai alternatif strategis yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang dimilikinya

Tabel 2. Matriks SWOT

	<i>STRENGHT (S)</i> (kekuatan)	<i>WEAKNESS</i> (kelemahan)
<i>OPPORTUNITIES (O)</i> (peluang)	Strategi S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan yang dimiliki	Strategi W-O Atasi kelemahan dalam memanfaatkan peluang
<i>THREATS (T)</i> (Ancaman)	Strategi S-T Gunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dihadapi	Strategi W-T Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Febytyanisa dalam (Ruhimat, 2021)

d. Kombinasi Faktor Internal dengan faktor Eksternal

1. **Strategi SO (*strength opportunity*)**, dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan pengembangan bisnis yang agresif, yaitu memanfaatkan kekuatan yang substansial untuk menciptakan bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang ada. Strategi dalam kuadran SO disebut sebagai strategi agresif.
2. **Strategi ST (*strength threat*)**, dalam situasi ini perusahaan perlu melakukan diverifikasi produk atau bisnis, melalui mengembangkan produk-produk unggul. Strategi dalam kuadran ST disebut sebagai strategi diversifikasi.
3. **Strategi WO (*weakness opportunity*)**, dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan sehingga mampu menghilangkan kelemahan utama itu. Strategi dalam kuadran WO disebut sebagai strategi bilik arah.
4. **Strategi WT (*weakness threat*)**, dalam situasi ini manajemen harus melakukan analisis terhadap kelemahan utama yang ada sekaligus menghindari ancaman. Strategi pada kuadran WT disebut sebagai strategi bertahan.