

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PRODUK  
MIE MOCAF PADA KELOMPOK WANITA TANI "CERIA", KENDAL**

***DEVELOPMENT STRATEGY ANALYSIS BUSINESS PRODUCT MOCAF NOODLES  
ON "CERIA" FARM GROUP OF WOMAN, KENDAL***

**Naufal Fadhil Heriawan<sup>1\*</sup>, Siswanto Imam Santoso<sup>2</sup>, Titik Ekowati<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian,  
Universitas Diponegoro

Email: [naufalfadhilfap@gmail.com](mailto:naufalfadhilfap@gmail.com)

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian,  
Universitas Diponegoro

Email: [sishardanto@gmail.com](mailto:sishardanto@gmail.com),

<sup>3</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian,  
Universitas Diponegoro

Email: [tiekowati@gmail.com](mailto:tiekowati@gmail.com)

\*Penulis Korespondensi: [naufalfadhilfap@gmail.com](mailto:naufalfadhilfap@gmail.com)

**ABSTRACT**

The purpose of research was to analyzed income of mocaf noodles business of farmer's woman group Ceria, analyze internal factor (strengths and weakness) and external factor (opportunities dan threats) of mocaf noodles Ceria farmer's woman group and formulate alternative development business strategy as well as sorting priority of alternative strategy. Research methods used is case study. The respondent used were taken by Purposive sampling with 4 expert respondents, accidental sampling with 26 respondents from mocaf noodles buyer and cencus method with 30 respondents from member of Ceria farmer's woman group. The method of data analysis used income analysis and, Internal Factor Evaluation matrix, External Factor Evaluation matrix, Internal-External, Strenght-Weakness- Opportunity-Threats matrix and Quantitative Strategic Planning Matrix. The results show that Ceria farmer's woman group had average income about IDR. 945.055 per month. The calculation of R/C ratio result is 1,3. Calculation of B/C ratio yields result of 0,3. Analysis result of internal factor show show that main stregths is the product didn't use chemical food seasoning and the main weakness is the product only have one variation of flavors. Analysis result of external factor show that main opportunities is availability of training and sales opportunities with government assistance and the main threats is price of competitor noodle are cheaper. The highest priority of alternative is do a promotion to introduce healthy noodles and mocaf noodles to the community.

**Keywords:** *mocaf noodles, business strategy, SWOT*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis pendapatan usaha mie mocaf Kelempok wanita tani (KWT) Ceria, Menganalisis faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) mie mocaf KWT Ceria dan Merumuskan strategi alternatif serta mengurutkan prioritas strategi alternatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dimana kasus yang terjadi pada KWT Ceria yaitu bagaimana mengembangkan usaha mie mocaf

dalam pasar yang lebih memilih mie yang menggunakan terigu. Responden yang digunakan yaitu diambil secara *Purposive sampling* dengan 4 responden pakar, *Accidental sampling* dengan 26 responden pembeli dari produk mie mocaf dan Sampel Jenuh dengan 30 responden dari seluruh anggota KWT Ceria. Metode analisis data dengan analisis perhitungan pendapatan dan analisis, matriks *Internal Factor Evaluation*, matriks *External Factor Evaluation*, matriks *Internal-External*, Matriks *Strength-Weakness-Opportunity-Threats* dan matriks *Quantitative Strategic Planning*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pendapatan bisnis Mie Pelangi didapatkan rata-rata Rp. 945.055 dalam sebulan. Perhitungan R/C ratio sebesar 1,3. Perhitungan B/C ratio didapatkan sebesar 0,3. Hasil analisis faktor internal diperoleh bahwa kekuatan utama adalah produk tidak menggunakan penyedap makanan kimia sedangkan kelemahan utama yaitu varian rasa/bumbu hanya satu macam. Hasil analisis faktor eksternal diperoleh bahwa peluang utama yaitu adanya pelatihan dan kesempatan penjualan dengan bantuan pemerintah sedangkan ancaman utama yaitu harga mie pesaing lebih murah. Prioritas tertinggi strategi alternatif yaitu melakukan promosi untuk mengenalkan mie sehat dan mie mocaf ke masyarakat

**Kata Kunci :** mie mocaf, strategi bisnis, SWOT

## PENDAHULUAN

Pangan merupakan kebutuhan manusia serta merupakan hak dasar yang harus dipenuhi. Kualitas dan kuantitas suatu pangan akan mempengaruhi tingkat kesehatan serta intelegensi pada manusia (Prihatin *et al.*, 2012). Kualitas dan kuantitas suatu ketersediaan pangan dipengaruhi oleh ekonomi, pengetahuan serta budaya masyarakat. Masyarakat Indonesia masih menjadikan beras serta tepung terigu sebagai pangan pokok dibanding dengan singkong, jagung, umbi – umbian dan lain-lain. Menurut pendapat Ariani (2010) pola konsumsi beras di Indonesia mencapai lebih dari 100 kg/kapita/tahun sedangkan pada pangan lokal seperti jagung hanya 2,9 kg/kapita/tahun ataupun umbi-umbian sebesar 12 kg/kapita/tahun

Tepung terigu sebagai konsumsi harian sebenarnya dapat digantikan dengan bahan pangan yang memiliki kandungan energi dan protein yang cukup tinggi. Menurut Umanailo (2019) jika harga pangan pengganti beras dihitung dalam kalori atau harga protein maka perbedaannya tidak akan terlalu jauh. Salah satu aspek yang dapat memenuhi kebutuhan pangan negara serta menjaga ketahanan pangan negeri yaitu dengan pangan lokal. Pangan lokal sendiri merupakan pangan yang diproduksi pada wilayah setempat serta menggunakan bahan baku pada wilayah tersebut. Salah satu produk pangan lokal yang dapat menggantikan beras serta terigu yaitu *Modified Cassava Flour (MOCAF)*.

Kelompok Wanita Tani Ceria yang terletak pada Dusun Santren Kendal ini merupakan KWT yang sering memberikan wawasan mengenai ketahanan pangan. KWT Ceria juga memproduksi olahan pangan lokal yaitu tepung mocaf yang berasal dari singkong kemudian dijadikan mie yang telah melewati proses fortifikasi ditambahkan bumbu seperti mie instan pada umumnya. Permasalahan yang dihadapi oleh KWT Ceria dalam mengembangkan usahanya meliputi terbatasnya teknologi dan kurangnya optimalisasi pemasaran. Permasalahan yang sering ditemui oleh para pengusaha industri kecil dalam meningkatkan kemampuan usahanya sangat kompleks dan meliputi berbagai faktor antara lain kurangnya kemampuan manajerial dan ketrampilan beroperasi dalam merorganisir serta terbatasnya pemasaran (Suparwo *et al.*, 2018).

Choirunisa *et al.*, (2021) pada penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Kambing Perah yang dilaksanakan di Kelompok Tani Ternak (KTT) Kuncen Farm yang terletak

di Dukuh Kuncen, Kelurahan Bubakan, Kecamatan Mijen Kota Semarang. Tujuan dari penelitian dari penelitian ini yaitu menganalisis pendapatan peternak kelompok tani ternak, menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi kelompok tani ternak merumuskan alternatif strategi untuk pengembangan usaha. Hasil yang didapatkan bahwa usaha KTT Kuncen Farm layak untuk dijalankan dan strategi yang tepat untuk dijalankan adalah strategi penetrasi yang didapatkan dari posisi pada matriks IE

Perbedaan dari penelitian sebelumnya mengenai strategi pengembangan yaitu adanya analisis pendapatan dari usaha yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan usaha mie mocaf KWT Ceria (1), Menganalisis faktor internal (*strengths* dan *weaknesses*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*) mie mocaf KWT Ceria (2), dan Merumuskan strategi alternatif dalam mengembangkan usaha (3).

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Ceria, yang terletak di Kampung Kelinci Paturen I, Pagersari, Kecamatan Patean, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. KWT Ceria dipilih dari beberapa kelompok tani di Jawa Tengah yang memproduksi mie mocaf. Selain itu KWT Ceria merupakan salah satu kelompok yang memproduksi mie mocaf di Jawa Tengah dan satu-satunya di Kendal. KWT Ceria juga telah melakukan pemasaran melalui berbagai pameran pangan lokal di berbagai kota. Penelitian dilakukan selama 2 bulan dari November – Desember 2021. Metode pengambilan data primer dilakukan melalui wawancara langsung, observasi dan dokumentasi sedangkan data sekunder diambil dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh KWT Ceria. Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, *accidental sampling* serta sampel jenuh. *Purposive sampling* menggunakan responden pakar dengan total 4 responden, *accidental sampling* diambil dari pembeli Mie Pelangi dengan total 26 responden dan sampel jenuh diambil dari seluruh anggota KWT Ceria dengan total 30 responden.

Metode analisis data untuk mencapai tujuan pertama yaitu dengan metoda analisa :

- a. **Analisa pendapatan KWT Ceria**  
digunakan untuk mengetahui pendapatan perbulan dari KWT Ceria dengan cara mengurangi penerimaan dengan biaya produksi
- b. **Perhitungan R/C ratio**  
digunakan untuk mengetahui apakah usaha sudah layak dijalankan atau belum dengan membagi jumlah penerimaan dan biaya produksi.
- c. **Perhitungan B/C ratio**  
digunakan untuk mengetahui apakah usaha sudah memiliki manfaat bagi pelaku usaha. Dalam mencapai tujuan kedua menggunakan metode analisa :
  - a. **Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)**  
digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal usaha (*Strenght-Weakness*) dan mengukur skor dan bobot masing-masing faktor
  - b. **Matriks external Factor Evaluation (EFE)**  
digunakan untuk mengidentifikasi faktor ekstenal dari usaha (*Opportunity-Threats*) dang mengukur skor dan bobot dari masing-masing faktor  
Tujuan ketiga menggunakan metode analisis yaitu :
    - a. **Matriks Internal Eksternal**  
bertujuan untuk mengetahui posisi dari usaha yang dijalankan dengan menggunakan total skor dari matriks IFE dan EFE. Posisi yang didapatkan usaha digunakan untuk mengetahui strategi yang cocok bagi usaha
    - b. **Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk mencari strategi alternatif sesuai dengan faktor internal dan eksternal usaha yang telah didapatkan. Strategi alternatif terbagi menjadi empat sesuai dengan indikator SWOT yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi S-T (*Strength-Threat*), strategi W-T (*Weakness-Threat*).

**c. Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).**

QSPM bertujuan untuk mengetahui prioritas strategi yang akan digunakan dengan mencari nilai *Total Attractive Score*. TAS di dapatkan dari perkalian antara AS atau *Attractive Score* dengan bobot faktor IFE dan EFE.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Pendapatan

Perhitungan pendapatan dari Kelompok Wanita Tani Ceria dimana pendapatan didapatkan dari selisih antara penerimaan dan biaya produksi. Penerimaan didapatkan dari penjualan produk Mie Pelangi dengan harga yang sudah ditentukan. Mie Pelangi memiliki harga sebesar Rp. 6.000 dan dalam satu bulan dapat mencapai produksi rata-rata penjualan 680 pcs sehingga penerimaan dalam sebulan dapat mencapai Rp. 4.080.000. Biaya produksi terdiri dari 2 jenis biaya Tabel 1. Pendapatan produk Mie Pelangi KWT Ceria yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang terdiri dari biaya listrik, biaya distribusi upah tenaga kerja dan penyusutan dari aset tetap memiliki pengeluaran sebesar Rp. 1.008.545 dan biaya variabel berupa bahan baku, bahan tambahan dan kemasan memiliki pengeluaran sebesar Rp. 2.126.400. Total Biaya produksi milik KWT Ceria sebesar Rp. 3.134.945. Hasil perhitungan pendapatan dalam sebulan dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Analisis Pendapatan produk Mie Pelangi KWT Ceria

Unsur	Jumlah
	--Rp--
Biaya Produksi	3.134.945
Penerimaan	4.080.000
Pendapatan	945.055

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

Perhitungan pendapatan dari produk Mie Pelangi didapatkan dari selisih antara biaya produksi sebesar Rp. 3.134.945 dengan penerimaan sebesar Rp. 4.080.000 sehingga didapatkan pendapatan sebesar Rp. 945.055 dalam sebulan. Menurut Supartama *et al.*, (2013) Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan

### R/C ratio

Pada perhitungan R/ C ratio KWT Ceria atau *revenue/cost* ratio digunakan untuk mengetahui efisiensi dari suatu usaha. R/C ratio didapatkan dari perbandingan antar penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. Perhitungan R/C ratio dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan R/C ratio produk Mie Pelangi KWT Ceria

Penerimaan	Total Biaya	R/C Ratio	Keterangan
4.080.000	3.134.945	1,3	Perbulan

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

R/C ratio yang didapatkan dari perbandingan antara penerimaan dan total biaya sebesar 1,3. Hasil R/C ratio sebesar 1,3 memiliki arti bahwa usaha yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Ceria dapat dikatakan layak atau menguntungkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mamondol (2016) yang menyatakan bahwa jika hasil dari R/C ratio lebih dari 0 maka usaha dapat dikatakan layak.

**B/C ratio**

Analisis B/C ratio atau *benefit/cost* ratio digunakan untuk mengetahui apakah usaha memberikan manfaat bagi pelaku usaha atau tidak. B/C ratio didapatkan dari perbandingan antara pendapatan dan total biaya usaha. Perhitungan dari B/C ratio Kelompok Wanita Tani Ceria dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan B/C ratio produk Mie Pelangi KWT Ceria

Pendapatan	Total Biaya	B/C Ratio	Keterangan
945.055	3.134.945	0,3	Perbulan

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

Kelompok Wanita Tani Ceria dalam sebulan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 945.055 yang didapatkan dari selisih antara total biaya dan penerimaan. Sedangkan total biaya yang dikeluarkan oleh Kelompok Wanita Tani Ceria dalam sebulan sebesar Rp. 3.134.945. B/C ratio yang didapatkan dari perbandingan antara pendapatan dan total biaya KWT Ceria sebesar 0,3. Hasil 0,3 memiliki arti bahwa usaha kurang memiliki manfaat bagi pelaku usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat Musthofa dan Ainayah (2018) yang menyatakan bahwa jika B/C ratio bernilai kurang 1 maka usaha tersebut tidak layak atau tidak memberi manfaat bagi pemilik usaha.

**Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal dilakukan dengan menggunakan faktor internal usaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha. Melalui *internal factor evaluation* atau IFE yang sudah diketahui faktor-faktor kekuatan dan kelemahan usaha maka dilakukan pemberian bobot dan rating pada setiap faktor internal.

Faktor-faktor kekuatan yang dimiliki KWT Ceria yaitu :

- a. Produk berbahan dasar alami
- b. Produk tidak menggunakan penyedap makanan kimia
- c. Produk rendah gluten
- d. Produk tidak menggunakan bahan pengawet kimia
- e. Memiliki distributor bahan baku tetap

Faktor-faktor kelemahan yang dimiliki KWT Ceria yaitu :

- a. Waktu produksi mie lama
- b. Varian rasa/bumbu hanya satu macam
- c. Packaging kurang menarik
- d. Kurang adanya promosi
- e. Tidak memiliki anggota yang mengerti teknologi

Hasil pemberian bobot dan rating dengan menggunakan Matriks IFE dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Matriks IFE

Kekuatan	Rata Rata Rating	Rata- rata Bobot	Skor Total

A	Produk Berbahan Dasar Alami	3,75	0,106	0,401
B	Produk Tidak Menggunakan Penyedap Makanan Kimia	<b>3,75</b>	0,116	<b>0,437</b>
C	Produk Rendah Gluten	2,75	0,109	0,301
D	Produk Tidak Menggunakan Bahan Pengawet Kimia	3,5	0,113	0,398
E	Memiliki Distributor Bahan Baku Tetap	2,5	0,127	0,319
<b>Kelemahan</b>				
F	Waktu Produksi Mie Lama	1,25	0,127	0,159
G	Varian Rasa/Bumbu Hanya Satu Macam	2	0,086	<b>0,172</b>
H	Packaging Kurang Menarik	2	0,069	0,138
I	Kurang adanya Promosi	1	0,076	0,076
J	Tidak Memiliki Anggota yang mengerti teknologi	1	0,065	0,065
<b>Total</b>			<b>1</b>	<b>2,470</b>

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

Total skor 2,470 menunjukkan bahwa posisi internal Kelompok Wanita Tani (KWT) Ceria lemah. Hal ini sesuai dengan Mujahid *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa jika skor total IFE berada dibawah 2,5 menunjukkan bahwa lemahnya posisi internal usaha dalam menangani kelemahan dengan kekuatan yang dimiliki. Oleh karena itu KWT Ceria perlu menguatkan internalnya terlebih dahulu. Kekuatan utama yang dimiliki oleh KWT Ceria berdasarkan matriks IFE yaitu produk tidak menggunakan penyedap makanan kimia dengan skor 0,437. Dengan menggunakan bahan makanan tanpa penyedap makanan kimia tambahan seperti *Monosodium glutamate* (MSG) maka konsumen dapat meningkatkan daya beli konsumen. Menurut Limantara (2017) kesadaran konsumen terhadap pembelian makanan sehat atau makanan organik untuk menjaga kesehatan sudah tinggi. Kelemahan utama KWT Ceria berdasarkan matriks IFE yaitu varian rasa/bumbu hanya satu macam dengan skor 0,172. Menurut Amalia (2019) konsumen akan suka membeli berbagai varian rasa karena konsumen ingin mengetahui berbagai macam rasa.

### Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal usaha dari identifikasi dari faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi usaha. Melalui *external factor evaluation* atau EFE yang sudah diketahui faktor-faktor peluang dan ancaman usaha maka dilakukan pemberian bobot dan rating pada setiap faktor.

Faktor-faktor peluang yang dimiliki KWT Ceria yaitu :

- Pemanfaatan Sosial Media dan E-Commerce
- Produsen Mie Mocaf Masih Sedikit
- Adanya Pelatihan dan kesempatan penjualan dengan bantuan pemerintah
- Adanya Orang yang mencari substitusi mie gandum

Faktor-faktor Ancaman yang dihadapi KWT Ceria yaitu :

- Persaingan dengan produsen mie instan lain
- Perkembangan teknologi yang cepat
- Pesaing menggunakan platform internet sebagai tempat promosi
- Harga mie pesaing lebih murah

Hasil pemberian bobot dan rating dengan menggunakan matriks EFE dapat dilihat pada tabel 5. Tabel 5. Hasil Matriks EFE

Peluang	Rata Rata Rating	Rata-rata Bobot	Skor Total
A Pemanfaatan Sosial Media dan E-Commerce	1,25	0,093	0,117
B Produsen Mie Mocaf Masih Sedikit	2,75	0,111	0,306
C Adanya Pelatihan dan kesempatan penjualan dengan bantuan pemerintah	<b>3,5</b>	0,113	<b>0,398</b>
D Adanya Orang yang mencari substitusi mie gandum	1,75	0,127	0,222
<b>Ancaman</b>			
E Persaingan Dengan Produsen Mie Instan Lain	1	0,165	0,165
F Perkembangan Teknologi yang Cepat	1,25	0,109	0,136
G Pesaing Menggunakan Platform Internet Sebagai Tempat Promosi	1	0,118	0,118
H Harga Mie Pesaing Lebih Murah	<b>1,25</b>	0,160	<b>0,200</b>
Total		1	1,666

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

Peluang utama pada usaha ini yaitu adanya pelatihan dan kesempatan penjualan dengan bantuan pemerintah dengan skor 0,398. Peluang pelatihan dari penyuluh pertanian atau yang lebih besar dari Dinas Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Tengah. Pelatihan yang diberikan mulai dari bagaimana cara *packaging* sampai dengan cara pemasaran produk. Adanya kesempatan penjualan melalui pengenalan produk ke pegawai dinas ketahanan pangan ataupun ke kelompok tani atau usaha daerah lain ataupun saat adanya pameran pangan lokal oleh dinas ketahanan pangan. Menurut Badan Ketahanan Pangan (2021) pameran pangan lokal merupakan implementasi dari program kementerian pertanian. Adanya kegiatan pameran pangan lokal menjadi upaya untuk meningkatkan ekonomi dan memperluas bisnis pangan lokal. Ancaman utama pada usaha milik KWT Ceria yaitu harga mie pesaing lebih murah dengan skor 0,200. Produk Mie Pelangi memiliki harga satuan sebesar Rp. 6.000 sedangkan mie lain seperti indomie memiliki harga satuan sebesar Rp.2.850. Menurut Novandari (2011) harga dari produk yang ramah lingkungan, organik ataupun sehat memiliki harga yang lebih mahal dibanding produk yang sama namun anorganik ataupun produk yang tidak ramah lingkungan.

**Matriks IE**

**Total Rata-rata Tertimbang IFE (2,470)**

<b>Total rata-rata tertimbang EFE (1,666)</b>	I	II	III
	IV	V	VI
	VII	VIII	IX

Gambar 1. Hasil Matriks IE  
 Sumber : Diolah dari data primer (2022)

Pada tahap maneganalisis matriks internal eksternal (IE) setelah ditentukannya total skor dari IFE dan EFE. Matriks IE digunakan untuk mengetahui dan menentukan strategi pengembangan yang akan digunakan. Pada sel ke-8 ditemukan bahwa strategi yang sesuai untuk KWT Ceria yaitu *harvest and divest strategy* (strategi untuk panen dan divestasi). Menurut Hidayah *et al.*, (2017) divisi yang masuk pada sel VI, VIII dan IX merupakan *harvest and divest strategy* dimana memiliki strategi seperti diversifikasi dan likuidasi. Posisi *harvest and divest strategy* dirancang untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek dan arus kas atau menghentikan bisnis. Tujuan strategi yang dilakukan pada posisi *divest* yaitu menjaga stabilitas usaha, strategi yang dapat dipakai yaidengan menjual beberapa aset yang sudah tidak digunakan oleh usaha atau menghentikan program usaha yang berkaitan dengan sosial.

### Analisis SWOT

Analisis setelah dilakukannya matriks IE yaitu analisa swot menggunakan matriks SWOT dengan memformulasikan strategi berdasarkan penggabungan antara 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pembuatan strategi pengembangan juga dapat didukung dengan memasukkan startegi yang didapatkan dengan matriks IE dan pendapat mengenai produk yang diperoleh dari konsumen. Matriks SWOT bertujuan untuk memberi tujuan alternatif. Strategi yang akan akan didapatkan antara lain yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi S-T (*Strength-Threat*), strategi W-T (*Weakness-Threat*).

Tabel 7. Hasil Matriks SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	A. Produk Berbahan Dasar Alami	F. Waktu Produksi Mie Lama
	B. Produk Tidak Menggunakan Penyedap Makanan	G. Varian Rasa/Bumbu Hanya Satu Macam
	C. Produk Rendah Gluten	H. Packaging Kurang Menarik
	D. Produk Tidak Menggunakan Bahan Pengawet Kimia	I. Kurang adanya Promosi
	E. Memiliki Distributor Bahan Baku Tetap	J. Tidak Memiliki Anggota yang mengerti teknologi
<b>Peluang (O)</b>	1. Melakukan Promosi untuk mengenalkan mie sehat dan mie mocaf ke masyarakat	1. Meningkatkan Promosi
A. Pemanfaatan Sosial Media dan E-Commerce	2. Memperluas pangsa pasar.	2. Perencanaan Meningkatkan kualitas produk dan inovasi produk secara berkala
B. Produsen Mie Mocaf Masih Sedikit		
C. Adanya Pelatihan dan kesempatan penjualan dengan bantuan pemerintah		
D. Adanya Orang yang mencari substitusi mie gandum		



<b>Ancaman (T)</b>	1. Memberikan tawaran harga (diskon) serta promo pada konsumen	1. Merekrut orang yang dapat menggunakan media sosial dan <i>e-commerce</i>	Sumber : Diolah dari data primer (2022)  <b>ANALISA QSPM</b>
E. Persaingan Dengan Produsen Mie Instan Lain	2. Meningkatkan kualitas <i>packaging</i>	2. Menjual beberapa aset utama atau mengurangi pembiayaan di bidang lain untuk meningkatkan modal	
F. Perkembangan Teknologi yang Cepat			
G. Pesaing Menggunakan Platform Internet Sebagai Tempat Promosi			
H. Harga Mie Pesaing Lebih Murah			

Analisa selanjutnya yaitu mengurutkan prioritas strategi yang telah didapatkan dari matriks SWOT. Alat analisis yang digunakan yaitu matriks QSP. Analisis QSPM bertujuan untuk mencari TAS atau *Total Attractive Score*. TAS di dapatkan dari perkalian antara AS atau *Attractive Score* dengan bobot faktor IFE dan EFE. Berdasarkan hasil matriks QSP KWT Ceria pada tabel 7. diketahui bahwa prioritas tertinggi yang telah dipilih oleh anggota KWT Ceria karena dianggap menarik adalah melakukan Promosi untuk mengenalkan mie sehat dan mie mocaf ke masyarakat dengan nilai TAS 7,795 dan strategi dengan prioritas terendah yaitu Menjual beberapa aset utama atau mengurangi pembiayaan di bidang lain untuk meningkatkan modal dengan nilai TAS sebesar 2,082.

Tabel 8. Hasil Matriks QSP

Prioritas	Strategi Alternatif	Nilai TAS
I	Melakukan promosi untuk mengenalkan mie sehat dan mie mocaf ke masyarakat	7,795
II	Memperluas pangsa pasar	7,665
III	Meningkatkan promosi	7,635
IV	Merekrut orang yang dapat menggunakan media sosial dan <i>e-commerce</i>	7,265
V	Perencanaan meningkatkan kualitas produk dan inovasi produk secara berkala	6,987
VI	Memberikan tawaran harga (diskon) serta promo pada konsumen	6,835
VII	Meningkatkan kualitas <i>packaging</i>	6,597
VIII	Menjual beberapa aset utama atau mengurangi pembiayaan di bidang lain untuk meningkatkan modal	2,082

Sumber : Diolah dari data primer (2022)

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa usaha Mie Pelangi yang dirakn oleh KWT Ceria menguntungkan dana layak untuk dijalankan. Berdasarkan hasil matriks IE strategi yang tepat untuk dilakukan yaitu strategi divest and harvest serta strategi alternatif yang dapat

dijalankan menurut prioritas yang ada yaitu Melakukan promosi untuk mengenalkan mie sehat dan mie mocaf ke masyarakat, Memperluas pangsa pasar dan meningkatkan promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Ariani, M. (2010). Diversifikasi Konsumsi Pangan Pokok Mendukung Swasembada Beras. *Prosiding Pekan Serealia Nasional*, 978–979.
- Badan Ketahanan Pangan. (2021). Warta BKP. In *Kementrian Pertanian RI* (Issue IX). Badan Ketahanan Pangan.
- Choirunisa, Z., Santoso, S. I., & Ekowati, T. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kambing Perah. *Jurnal SOCA : Social Ekonomi Pertanian*, 15(3), 495–505.
- Hidayah, N., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Analisis Penggunaan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Pada Café Coklat Klasik Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 6(6), 55–69.
- Limantara, Y. D. P. (2017). Pengaruh Customer Perception Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Multiattribute Attitude Model Pada Produk Makanan Organik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 69–77.
- Mamondol, M. R. (2016). Analisis Kelayakan Ekonomi Usahatani Padi Sawah Di Kecamatan Pamona Puselemba. *Jurnal Envira*, 2(1), 1–10.
- Mujahid, A., Isharyani, M. E., & Widada, D. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM) Studi Kasus : Borneo Project. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(2), 111.
- Musthofa, Z., & Ainiyah, R. (2018). Analisis Usaha Terasi Udang Di Desa Tambaklekok Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Teknologi Pangan*, 9(2), 123–131.
- Novandari, W. (2011). Analisis Motif Pembelian Dan Profil Perilaku "Green Product Customer" (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik Di Purwokerto). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 13(1), 9–16.
- Prihatin, S. D., Samsi, S., & & mudiyono, H. (2012). Ancaman Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, II(2), 1–13.
- Supartama, M., Antara, M., & Rauf, R. A. (2013). Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Padi Sawah di SUBak Baturiti Desa Balinggi Kecamatan Balinggi Kabupaten Parigi Moutong. *Jurnal Agrotekbis*, 1(2), 166–172.
- Suparwo, A., Suhendi, H., Roisah, R., Arifin, T., & Shobary, M. N. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection. *Jurnal Abdimas BSI*, Vol.1(No.2), 208–214.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Consumption Diversification of Local Community. *Jurnal AGRISEP : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 18(1), 61–74.