



Strategi Keberlanjutan Usaha *Se'i* Babi Pasca ASF (*African Swine Fever*) (Studi Kasus Usaha *Se'i* Babi Baun)

Strategy Sustainability Of Baun's Smoked Pork Business After ASF (African Swine Fever) (Case Study Of Baun's Smoked Pork Business)

^{1)*} Jeni A. Tande, ²⁾ Maria Krova, ³⁾ Maria R. Deno Ratu, ⁴⁾ Melkianus Tiro
^{1,2,3,4} Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia

*Email: ¹⁾ jenianitatande279@gmail.com

*Correspondence: ¹⁾ Jeni A. Tande

DOI:

10.59141/comserva.v4i4.1413

ABSTRAK

Suatu penelitian telah dilakukan untuk mengetahui strategi keberlanjutan usaha *se'i* babi pasca ASF (*African Swine Fever*). Metode penelitian ini adalah studi mendalam (*indepth study*) di usaha *se'i* babi Baun. Data primer diperoleh menggunakan teknik observasi dan wawancara sedangkan data sekunder menggunakan teknik dokumentasi. Data dianalisis menggunakan metode matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan hasil analisis matriks IFE dan EFE posisi kuadran SWOT usaha *se'i* babi Baun berada pada kuadran 1. Rumusan strategi yang harus diterapkan oleh produsen adalah 1) meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk *se'i*, 2) meningkatkan prasarana dan sarana yang mendukung kegiatan usaha, 3) melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk, 4) mempertahankan konsumen potensial, 5) menerapkan manajemen usaha yang professional, 6) meningkatkan SDM karyawan melalui pendidikan dan pelatihan, 7) mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha peningkatan kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah.

Kata kunci: keberlanjutan usaha, *se'i* babi, strategi, SWOT.

ABSTRACT

A research was conducted with an objective to determine sustainability strategy of smoked pork business called se'i after ASF (African Swine Fever). The research method applied was in-depth study at Baun's smoked pork business. Primary data were obtained based on techniques of observation and direct interview, while secondary data were obtained based on technique of documentation. The data, then, were analyzed by applying matrix methods namely IFE, EFE, SWOT, and QSPM. According to result analysis of matrix IFE and EFE, the SWOT quadrant position of the Baun's smoked pork business was on quadrant 1. Further, strategy formulations that must be applied by the producer were as follow: 1) increasing quantity and maintaining the smoked product's quality, 2) improving infrastructure and supporting facilities, 3) implementing diversification and differentiation products, 4) retaining potential consumers, 5) implementing professional business management, 6) improving quality of labor resources through education and training, 7) participating in government program of education and training on small business development to increase managerial capability.

Keywords: *business sustainability, se'i, smoked pork, strategy, SWOT*

PENDAHULUAN

Usaha agroindustri *se'i* babi Baun adalah suatu usaha *se'i* babi yang cukup populer di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Salah satu persoalan yang dihadapi oleh pengusaha agroindustri *se'i* babi tersebut adalah ketidakberlanjutan usaha. Pengembangan usaha agroindustri *se'i* babi dihadapkan pada beberapa faktor, yaitu pasokan input utama dan persaingan dalam usaha agroindustri *se'i* babi. Pasokan input utama usaha agroindustri *se'i* babi adalah daging babi yang bersumber dari ternak babi (Jehemat & Pt, 2020).

Pada akhir tahun 2019 hingga awal tahun 2021, banyak ternak babi yang mati di daratan Timor karena terserang virus ASF (*African Swine Fever*). Berdasarkan data BPS NTT tahun 2020 diketahui bahwa jumlah ternak babi yang mati diakibatkan oleh penularan virus ASF mencapai \pm 500.000 ekor atau 18% dari total populasi ternak babi di NTT sebanyak 2.694.380 ekor. Kondisi ini menyebabkan pasokan ternak babi berkurang. Pasokan ternak babi yang berkurang akan mempengaruhi harga ternak babi yang semakin meningkat. Peningkatan harga ternak babi harus diantisipasi oleh pengusaha agroindustri *se'i* babi. Hal ini karena dalam keadaan demikian hanya pengusaha agroindustri *se'i* babi dengan struktur biaya tertentu saja yang mampu bertahan (Laynurak, 2022).

Selain pasokan ternak babi yang berkurang akibat serangan ASF, permasalahan lain yang dihadapi pengusaha agroindustri *se'i* babi di Baun adalah munculnya persaingan. Padatnya persaingan disebabkan oleh adanya usaha serupa yang berkembang di Kota Kupang dan Kabupaten Kupang. Oleh karena itu, pengusaha harus mencari pelanggan yang banyak dan melakukan spesifikasi atau diferensiasi produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan lokal sehingga pengusaha harus kreatif dalam memasarkan produknya.

Kondisi ini mengharuskan pengusaha untuk memiliki strategi dalam mempertahankan usaha yang dijalankannya. Banyak cara yang diterapkan antara lain produsen harus tetap mempertahankan kekhasan produk usaha agroindustri *se'i* babi Baun agar dapat meningkatkan permintaan konsumen. Upaya ini penting terkait produk yang dihasilkan harus segera terserap pasar. Penerapan strategi ini menuntut pengusaha untuk mengelola usaha agroindustri *se'i* babi Baun selama ini sehingga tetap bertahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi keberlanjutan usaha *se'i* babi Baun pasca ASF (*African Swine Fever*).

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian.

Penelitian ini telah dilaksanakan pada usaha agroindustri *se'i* babi Baun milik Bapak Gasper Tiran yang terletak di Kelurahan Teun Baun Kecamatan Amarasi Barat Kabupaten Kupang, pengumpulan data selama satu bulan yakni bulan Juli – Agustus 2023.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan sifatnya terdiri atas data kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Metode Penentuan Contoh

Responden utama adalah pengusaha agroindustri *se'i* babi Baun. Unsur yang terkait dengan analisis SWOT adalah suatu metode yang berisi strategi untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), peluang (*Opportunity*), kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*) maka dibutuhkan penilaian dari konsumen. Oleh karena itu, 90 konsumen *se'i* babi Baun telah diambil secara *accidental* dari semua konsumen yang mengunjungi usaha *se'i* babi Baun selama masa penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi mendalam (*in depth study*). Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Metode Analisis Data

Data yang terkumpul selanjutnya ditabulasi dan dianalisis dengan menggunakan analisis Analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi keberlanjutan usaha Agroindustri *se'i* babi Baun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen yang mengkonsumsi produk usaha *se'i* babi Baun dalam penelitian ini meliputi enam aspek, yakni pendidikan, pekerjaan, pendapatan. Keempat aspek tersebut diuraikan sebagai berikut.

Tingkat Pendidikan Konsumen

Tingkat pendidikan secara tidak langsung mempengaruhi pola konsumsi seseorang, baik dari segi jenis makanan, kandungan gizi dari makanan yang dikonsumsi, serta pengaruh makanan tersebut terhadap tingkat kesehatan mereka. Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pendidikan formal konsumen sangat bervariasi mulai dari Sekolah Dasar (SD) hingga Perguruan Tinggi (PT). Pendidikan konsumen didominasi oleh konsumen berpendidikan tinggi yang mencapai 87,8% terdiri dari konsumen yang pernah mengenyam pendidikan hingga Perguruan Tinggi sebanyak 70% dan SMA sebanyak 17,8%. Di lain pihak, konsumen yang berpendidikan relatif rendah (SD – SMP) hanya mencapai 12,3%.

Tabel 1. Karakteristik konsumen berdasarkan tingkat pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	5	5,6
SMP	6	6,7
SMA	16	17,8
Perguruan Tinggi	63	70,0
Total	90	100

Sumber: Data primer (diolah), 2023.

Deskripsi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen mempunyai pengetahuan yang cukup dan mampu untuk mengambil keputusan pembelian *se'i* babi Baun. Keadaan ini sesuai dengan pendapat Roejito (1988) yang menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula pengetahuan tentang gizi dan makanan yang akan dikonsumsi.

Jenis Pekerjaan Konsumen

Pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pekerjaannya (Kotler & Armstrong, 2010). Karakteristik konsumen berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Petani/Peternak	0	0
PNS	35	38,9
Karyawan Swasta	52	57,8
Pedagang	3	3,3
Pensiunan	0	0
Total	90	100

Sumber: Data primer (diolah), 2023.

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan pada jenis pekerjaannya, konsumen yang mengkonsumsi produk usaha *se'i* babi Baun didominasi oleh karyawan swasta sebesar 57,8%, diikuti PNS sebesar 38,9%, dan terendah adalah pedagang sebesar 3,3%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri *se'i* babi Baun termasuk usaha yang sangat potensial karena konsumennya didominasi responden yang bekerja sebagai karyawan swasta dan PNS.

Pendapatan Konsumen

Pendapatan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diketahui pula bahwa konsumen yang paling banyak mengkonsumsi produk usaha *se'i* babi Baun adalah konsumen yang mempunyai pendapatan Rp. >Rp 5.000.000,- 41,11%. dan terendah adalah konsumen yang berpendapat sebesar 1.000.000,-/bulan – Rp.3.000.000,-/bulan sebesar 26,67%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi produk usaha *se'i* babi Baun berkaitan erat dengan pendapatan, dimana untuk konsumen yang berpendapatan Rp. >Rp 5.000.000,- 41,11% yang mendominasi konsumsi produk usaha *se'i* babi Baun.

Tabel 3. Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan

Pendapatan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.000.000-3.000.000	24	26,67
3.000.000-5000.000	29	32,22
>5.000.000	37	41,11
Total	90	100

Sumber: Data primer (diolah), 2023.

Analisis Matrik IFE (Internal Faktor Evaluation). Analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)					
1	Cita rasa produk kuliner yang lezat	5	0,1190	4,88	0,581
2	Harganya cukup relatif murah	5	0,1190	4,7	0,56
3	Cita rasa yang spesial	5	0,1190	4,73	0,563
4	Produknya mudah di dapat	4	0,0952	4,51	0,43
5	Tidak memerlukan modal yang banyak	3	0,0714	4,49	0,321
Total					2,454
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)					
1	Tegnologi serta aktivitas produksi yang rendah	5	0,1190	2,01	0,239
2	Manajemen usaha yang masih sederhana	4	0,0952	2,06	0,196
3	Kualitas sumber daya manusia yang rendah	4	0,0952	2,02	0,193
4	Kapasitas produksi yang masih kurang	4	0,0952	2,5	0,238
5	Lokasi usaha kurang memadai	3	0,0714	2,87	0,205
Total					1,071
Total kekuatan dan kelemahan		42	1	3,525	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil analisis faktor IFE maka dapat dinyatakan bahwa faktor internal usaha agroindustri *se,i* babi Baun berada di atas rata-rata dengan selisih antara faktor kekuatan dan kelemahan 0,69. Hasil analisis matriks IFE pada Tabel 4 menunjukkan total skor untuk internal adalah 3,525. (David, 2002) menyatakan bahwa jika total skor berada di bawah 2,5 maka organisasi tersebut memiliki faktor strategi internal yang lemah. Hal ini berarti secara internal keberlanjutan usaha agroindustri *se'i* babi Baun cukup kuat sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha agroindustri *se'i* babi Baun dapat tetap berkelanjutan.

Analisis Matrik EFE (External Faktor Evaluation)

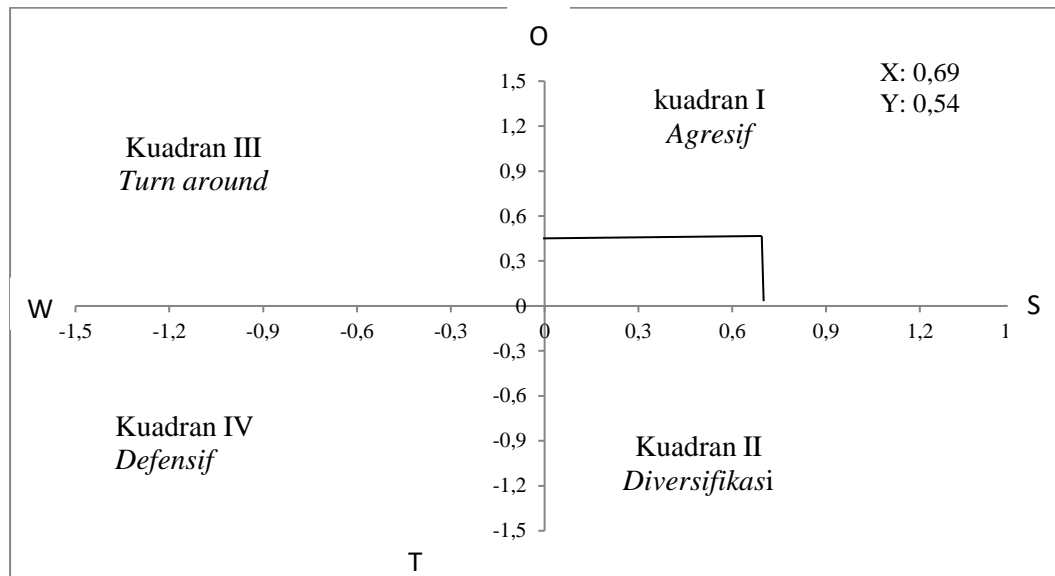
Berdasarkan hasil analisis faktor EFE dikatakan bahwa faktor eksternal usaha agroindustri *se,i* babi Baun berada di atas rata-rata dengan selisih antara faktor peluang dan ancaman 0,54. (David, 2002) menyatakan bahwa jika total skor berada di bawah 2,5 maka organisasi tersebut memiliki faktor strategi eksternal yang lemah. Hal ini berarti secara eksternal usaha agroindustri *se'i* babi Baun cukup kuat sehingga dapat disimpulkan bahwa usaha agroindustri *se'i* babi Baun tetap dapat berkelanjutan. Analisis matriks EFE *External Factor Evaluation*) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

No	Faktor Stategi Eksternal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Skor
PELUANG (OPPORTUNITIES)					
1	Ketersediaan bahan baku yang melimpah	5	0,125000	4,8	0,6
2	kebiasaan konsumen yang berkuliner khas daerah	4	0,100000	4,73	0,473
3	Perkembangan digital <i>marketing</i>	4	0,100000	4,7	0,47
4	Diminati sebagian masyarakat lokal	4	0,100000	4,57	0,457
5	Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk	5	0,125000	4,51	0,564
Total					2,564
Ancaman (Threats)					
1	Biaya transportasi	4	0,100000	3,44	0,344
2	Banyaknya perkembangan usaha serupa	5	0,125000	3,82	0,478
3	Munculnya virus ASF	3	0,075000	3,58	0,268
4	Produk yang mudah ditiru	3	0,075000	3,79	0,284
5	Ketersediaan produk kuliner yang mampu mensubstitusi	3	0,075000	1,56	0,117
Total					1,491
Total peluang dan ancaman		40	1	4,055	

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Gambar 1 menjelaskan bahwa usaha agroindustri *se'i* babi Baun berada pada kuadran I. Posisi ini merupakan situasi yang menguntungkan di mana usaha agroindustri *se'i* babi Baun mempunyai kekuatan dan peluang sehingga mampu meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini menurut (Rangkuti, 2015) adalah strategi agresif yang mendukung kebijakan pertumbuhan (*growth oriented strategy*).



Gambar 1. Posisi Usaha *Se'i* Babi Baun.

Hal ini berarti, usaha agroindustri *se'i* babi Baun mempunyai peluang untuk ditingkatkan dengan memperhatikan seluruh kekuatan yang dimiliki, maka pendekatan formulasi strategi yang dapat digunakan pada agroindustri *se'i* babi Baun ialah strategi SO (Kekuatan-Peluang). Oleh karena itu, strategi ini dapat dikategorikan sebagai strategi agresif yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.

Alternatif strategi yang diambil dari usaha *se'i* babi Baun digunakan untuk kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang bisnis serta mengatasi ancaman (Dian, 2020). Dari matrix SWOT ini pengusaha menemukan empat kelompok alternatif strategi yang dapat dilihat pada Tabel 6. Tabel 6 menunjukkan bahwa hasil penyusunan Alternatif strategi dari matriks SWOT diperoleh 7 strategi yaitu: a) Strategi S-O, meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk *se'i*. (b) Stratego W-O, meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha, meningkatkan SDM karyawan melalui diklat dan pelatihan dan menerapkan manajemen usaha yang professional.

Tabel 6. Matriks SWOT Usaha *se'i* Babi Baun

	<i>STRENGTH</i> (S)	<i>WEAKNESSES</i> (W)
IFE	1. Cita rasa produk kuliner yang lezat 2. Harga yang cukup relatif murah 3. Cita rasa yang spesial 4. Produknya mudah di dapat 5. Tidak memerlukan modal yang banyak.	1. Teknologi serta aktivitas produksi yang rendah 2. Manajemen usaha yang masih sederhana 3. Kualitas sumber daya manusia yang rendah. 4. Kapasitas produksi yang masih kurang. 5. Lokasi usaha kurang memadai
EFE		

<i>OPORTUNITIES (O)</i>	STRATEGI (S-O)	STRATEGI (W-O)
1. Ketersediaan bahan baku yang melimpah 2. Kebiasaan konsumen konsumen yang berkuliner khas daerah 3. Perkembangan digital marketing 4. Diminati sebagian masyarakat lokal 5. Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk	1. Meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk se'i	1. Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha 2. Meningkatkan SDM karyawan melalui diklat dan pelatihan. 3. Menerapkan manajemen usaha yang profesional
<i>THREATS (T)</i>	STRATEGI (S-T)	STRATEGI (W-T)
1. Biaya transportasi 2. Banyaknya perkembangan usaha serupa. 3. Munculnya virus ASF 4. Produk yang mudah ditiru 5. Ketrediaan produk kuliner yang bisa mensubstitusi.	1. Melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk 2. Mempertahankan konsumen potensial.	1. Mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah

Sumber: Data Primer 2023 (Diolah).

(c) Strategi S-T, Melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk, dan mempertahankan konsumen potensial, (d) Strategi W-T, mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah.

QSPM bertujuan untuk menetapkan ketertarikan relatif (*relative attractiveness*) dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Perumusan berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan nilai *Attractive Score (AS)* dan *Total Attractive Score (TAS)*. Nilai AS menunjukkan daya tarik masing-masing strategi terhadap faktor kunci yang dimiliki. Alternatif strategi yang telah disusun pada Tabel 7 merupakan strategi yang paling menarik untuk diimplementasikan dalam keberlanjutan usaha agroindustri se'i babi Baun.

Tabel 7 Analisis Matriks QSPM

TAS	Strategi Prioritas
6,34	Strategi SO (<i>Strengths-Oportunities</i>) : Meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk se'i
6,19	Strategi (<i>Strengths-Threats</i>): Meningkatkan prasarana dan sarana yang mendukung kegiatan usaha
6,12	Strategi WO (<i>Weaknesses-Oportunities</i>) : Melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk
5,36	Strategi (<i>Strengths-Threats</i>):

	Mempertahankan konsumen potensial
5,43	Strategi WO (<i>Strengths-Oportunities</i>) :
	Menerapkan manajemen usaha yang profesional
5,33	Strategi WO (<i>Weaknesses-Oportunities</i>) :
	Meningkatkan SDM karyawan melalui pendidikan dan pelatihan
5,30	Srtaegi W-T (<i>Weaknesses-Threats</i>):
	Mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha peningkatan kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah

Sumber : Data primer (diolah), 2023.

Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil perhitungan QSPM , diperoleh alternatif strategi yang sesuai agar pengusaha dapat meningkatkan kuadran dari posisi sebelumnya adalah strategi *strength* dan *opportunity*. Strategi pertama yang dipilih adalah Meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk *se'i* untuk memenuhi permntaan konsumen. Pemilihan strategi ini karena nilai TAS pada strategi S-O menduduki nilai paling tinggi yaitu 6,34.

Sedangkan strategi kedua yaitu meningkatkan prasarana dan sarana yang mendukung kegiatan usaha produsen perlu menigkatkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha memiliki nilai TAS yang lebih rendah yaitu 6,19. Dan strategi yang memiliki nilai TAS terendah mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha peningkatan kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah dengan nilai TAS adalah 5,30.

Tabel 7 dapat dijabarkan setrategi – strategi diatas beserta upaya yang harus dilakukan oleh pengusaha *se'i* babi Baun yaitu:

1. Meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk *se'i* untuk memenuhi permntaan konsumen. Pengusaha *se'i* babi Baun dapat meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk dengan cara: Menambah bahan baku untuk meningkatkan jumlah produksi dan mempertahankan kematangan daging, menjaga rasa, tekstur serta kebersihan produk.
2. Meningkatkan prasarana dan sarana yang mendukung kegiatan usaha produsen perlu meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usaha dengan cara: menambah lopo/tempat makan yang dilengkapi fasilitas *wifi*, stop kontak, toilet, *smoking room*;
3. Melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk. Pengusaha *se'i* babi Baun dapat menambah variasi rasa dan variasi produk misalnya menyediakan daging *se'i* dalam bentuk dipotong atau dalam bentuk sate. Produsen perlu melakukan penganekaragaman produk baru atau pengembangan produk yang sudah ada seperti nasi, sup tulang, sayur, sambal, buah-buahan, dan minuman es kelapa muda sehingga meningkatkan minat konsumen;
4. Mempertahankan konsumen potensial. Produsen mempertahankan strategi ini dengan cara memberikan pelayanan yang baik, menjaga sopan santun, mengidentifikasi produk, membuat promosi penjualan, menggunakan *social media marketing*, dan evaluasi produk. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Sanlando, 2022) yang menyatakan bahwa penggunaan media *online* memudahkan konsumen antara lain untuk mengetahui lokasi usaha dan proses produksi *se'i* babi sehingga menimbulkan respon yang baik dan kepercayaan konsumen terhadap usaha tersebut;
5. Menerapkan manajemen usaha yang professional. Produsen perlu menerapkan manajemen usaha yang profesional dengan cara mengikutsertakan tenaga kerjanya dalam pelatihan tenaga kerja untuk meningkatkan sikap disiplin dan kinerja pada usaha agroindustri *se'i* babi Baun;

6. Meningkatkan SDM karyawan melalui diklat dan pelatihan untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan karyawan dengan mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, serta menetapkan tujuan dan sasaran pelatihan;
7. Mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha peningkatan kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah, untuk membantu karyawan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, sehingga karyawan bekerja dengan lebih efisien, efektif dan meningkatkan produktivitas kerja secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat urutan strategi sesuai skala prioritas sebagai berikut : 1) Meningkatkan kuantitas dan mempertahankan kualitas produk *se'i*; 2) Melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk; 3) Mempertahankan konsumen potensial; 4) Meningkatkan prasarana dan sarana yang mendukung kegiatan produksi; 5) Meningkatkan SDM karyawan melalui pendidikan dan pelatihan (diklat); 6) Menerapkan manajemen usaha yang profesional, dan 7) Mengikuti pendidikan dan pelatihan tentang program pengembangan usaha kemampuan manajerial usaha kecil dari pemerintah;

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2002). *Manajemen strategis: konsep*.
- Dian, W. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Rumah Lidi Desa Karang Tengah Cilongok Banyumas*. IAIN Purwokerto.
- Jehemat, A., & Pt, S. (2020). *Agribisnis Ternak Babi-dari Konsep hingga Aplikasi*. Penerbit Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laynurak, Y. M. (2022). Potensi Pengembangan Peternakan Di Wilayah Pesisir Solusi Dimasa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Agribisnis Peternakan (Stap)*, 9, 804–812.
- Rangkuti, F. (2015). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. *Language*, 13(246p), 23cm.
- Sanlando, I. R. P. (2022). *STRATEGI PENDEKATAN BUDAYA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN SE'I BABI EAST PORK DI KOTA YOGYAKARTA*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa STPMD" APMD".
- Badan Pusat Statistik Nusa Tenggara Timur. 2020. *Nusa Tenggara Timur dalam Angka 2020*
- Hermanto, F. 1996. Analisis Usahatani. Bina Aksara. Jakarta
- Imamul Arifin. 2013. *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: TP. Setia Purna\
- Mubyarto. 1994. *PengantarEkonomiPertanian*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta
- Roedjito, D. 1989. Kajian penelitian gizi.
- Sanlando, I.R.P. 2022. Strategi Pendekatan Budaya dalam Komunikasi Pemasaran Se'i Babi East Pork Di Kota Yogyakarta (*Doctoral Dissertation*, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa Stpmd" Apmd").



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).