

**ANALISIS STRATEGI USAHA BUAH NANAS  
DI KECAMATAN MASBAGIK  
KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

***STRATEGIES FOR PINEAPPLE BUSINESS  
IN MASBAGIK DISMICT  
EASTLOMBOK REGENCY***

**Fadila Listia Riyanti<sup>1\*</sup>, Taslim Sjah<sup>2</sup>, Ibrahim<sup>2</sup>**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram  
*fadilalistiariyanti@gmail.com*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) menganalisis faktor internal dan eksternal pada usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur; (2) menganalisis strategi usaha buah nanas yang dapat diterapkan di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini dilakukan di kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Responden dalam penelitian berjumlah yaitu 19 orang yang terdiri dari 5 desa dipilih secara *purposive sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa; (1) dalam penelitian ini terdapat dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. (a) faktor-faktor internal yaitu terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan usaha buah nanas yang terdapat dalam penelitian ini yaitu rasa buah nanas yang manis, buah nanas yang sudah dikenal, harga terjangkau dan keuntungan usaha relatif tinggi. Kelemahan usaha buah nanas terdiri dari keterbatasan modal, kurangnya manajemen dalam usaha, buah mudah busuk dan tidak memiliki pelanggan tetap. (b) faktor-faktor eksternal yaitu terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang yang terdapat dari penelitian ini permintaan pasar yang tinggi, buah nanas memiliki banyak manfaat, lokasi yang strategis dan bahan baku mudah didapat. Ancaman usaha buah nanas yaitu terdiri dari memiliki banyak pesaing serupa, adanya pedagang lain, gangguan hujan dan kenaikan harga produksi. (2) strategi usaha buah nanas yang cocok diterapkan di Kecamatan Masbagik yaitu kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*, Strategi S-O yaitu menambah volume penjualan dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha, memperluas jangkauan pemasaran; dan mengoptimalkan pemasaran buah nanas.

Kata Kunci : Usaha, Nanas, Strategi Usaha

**ABSTRACT**

*The objectives of this study are: (1) To analyze the internal and external factors in the pineapple business in Masbagik District, East Lombok Regency. (2) To analyze pineapple trading strategies that can be applied in Masbagik District, East Lombok Regency. This research was conducted in Masbagik sub-district, East Lombok Regency. Respondents in the study amounted to 19 people consisting of 5 villages selected by purposive sampling. The results of the analysis show that (1) In this study there are two factors, namely, internal factors and external factors, which consist of: (a) Internal factors, which consist of strengths and weaknesses. The strength of the pineapple business contained in this study is the sweet taste of pineapple fruit, well-known pineapple fruit, affordable prices, and relatively high business profits. The weakness of the pineapple business consists of limited capital, lack of management in business, Pineapple fruit has many benefits, its strategic location and raw materials are readily available. The threat of the pineapple business is having many similar competitors, the presence of other traders, disturbances due to rainfall, and rising production prices. (2) The pineapple business strategy that is suitable to be implemented in Masbagik district is an aggressive growth policy (growth-oriented strategy), with an alternative S-O strategy that consists of maintaining strength by utilizing existing opportunities. by increasing sales volume taking into account the sustainability of the business, expanding marketing coverage, and optimizing pineapple marketing.*

*Keywords: Business, Pineapple, Business Strategy*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil sumber daya alam yang cukup potensial, sumber daya alam beranekaragam dan berlimpah serta penduduknya sebagian besar bekerja pada bidang pertanian sehingga Indonesia berpotensi menjadi negara agraris. Indonesia sebagai negara agraris memiliki peranan yang sangat penting di sektor pertanian dan sektor pertanian diharapkan mampu menyediakan lapangan kerja, menyediakan bahan baku bagi industri hasil pertanian dan memenuhi kebutuhan pokok (Astiti, *et al.*, 2021). Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Produksi hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan mempunyai beberapa fungsi strategis (Andrie, 2021).

Buah-buahan merupakan salah satu potensi terbesar di Indonesia. Hal ini dilihat dari beraneka ragamnya buah tropis yang terdapat dari berbagai daerah di Indonesia. Buah-buahan Indonesia memiliki variasi yang sangat banyak dan berbeda, baik dari segi bentuk, warna, dan rasa (Suryana, 2018). Buah nanas adalah salah satu tanaman buah yang sudah lama Buah nanas di desa Masbagik ini sangat berpotensi diusahakan karena merupakan komoditi yang cukup diminati oleh konsumen lokal maupun luar daerah. Desa ini menghasilkan buah nanas yang kemudian dipasarkan oleh pedagang ke konsumen di sekitar daerah Masbagik.

Diketahui bahwa Kecamatan Masbagik merupakan Kecamatan yang memproduksi buah nanas terbesar kedua di Kabupaten Lombok Timur dengan total produksi mencapai sebesar 20.190 kuintal pada tahun 2021 dan 121.298 kuintal pada tahun 2022 (BPS Lombok Timur, 2023). Dengan adanya produksi buah nanas yang cukup besar di Kecamatan Masbagik merupakan wilayah Kecamatan yang termasuk pada Kabupaten Lombok Timur, sehingga mendorong berkembangnya usaha buah nanas.

Di Kabupaten Lombok Timur khususnya pada Kecamatan Masbagik, banyak pedagang yang menjual buah nanas di pinggir jalan atau dikenal dengan pasar nanas Masbagik. Selain itu, buah nanas di daerah Masbagik juga terkenal dengan rasa manisnya. Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang sudah dilakukan diketahui terdapat banyak unit usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik yang tersebar di seluruh desa-desa yang ada. Sehingga banyaknya pedagang buah nanas yang berada di wilayah Kecamatan Masbagik, menuntut para pedagang untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat dalam menarik minat konsumen dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh para pedagang buah nanas dikarenakan banyak pedagang yang menjual produk sejenisnya, sehingga menyebabkan banyak buah nanas yang tidak terjual.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. (2) Menganalisis strategi usaha buah nanas yang dapat diterapkan di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna kepada pedagang buah nanas tentang strategi pemasaran yang efisien dan dapat diterapkan di daerah Masbagik maupun di daerah lainnya serta memberikan informasi kepada penelitian selanjutnya terkait strategi pemasaran.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei terhadap pedagang buah nanas dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan. Metode survei merupakan upaya pengumpulan informasi dari sebagian populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tertentu (Widarsa et al., 2022). Unit analisis dalam penelitian ini yaitu usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sedangkan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh seseorang secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi (Situmorang & Lutfi, 2012). Kemudian data sekunder merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh studi – studi sebelumnya yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain (Situmorang & Lutfi, 2012). Lokasi penelitian bertempat di 5 (Desa) yaitu Desa Masbagik Utara, Desa Masbagik Selatan, Desa Masbagik Timur, Desa Lendang Nangka, dan Desa Paokmotong yang ditetapkan secara “*Purposive sampling*” dengan pertimbangan di kelima Desa tersebut yang hanya memiliki usaha buah Nanas. Responden dalam penelitian ini berjumlah 19 orang yang terdiri dari 5 desa yang dipilih yaitu Desa Masbagik Utara (2 unit usaha), Desa Masbagik Selatan (4 unit usaha), Desa Masbagik Timur (8 unit usaha), Desa Lendang Nangka (1 unit usaha), dan Desa Paokmotong (4 unit usaha) ditentukan secara “*Propotional Sampling*”. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Nur’aini, 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Analisis Faktor Internal (Kekuatan Dan Kelemahan) Dan Faktor Eksternal (Peluang Dan Ancaman) Usaha Buah Nanas**

Faktor-faktor yang mempengaruhi usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur terdiri dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam individu yang mendorong seseorang untuk berwirausaha (Suhartatik, 2018). Faktor eksternal adalah suatu pengaruh lingkungan yang berasal dari luar perusahaan baik yang sangat dekat dengan perusahaan maupun yang agak jauh, dan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan perusahaan secara keseluruhan (Siswanti, 2020). Faktor-faktor ini memiliki pengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan dalam usaha buah nanas. Berkaitan dengan usaha buah nanas, hasil identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran buah nanas madu dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Faktor-Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Usaha Buah Nanas

**Kekuatan.** Hasil penelitian menunjukkan kekuatan usaha buah nanas berdasarkan dari urutan nilai bobot tertinggi yaitu terdiri dari :

- a. Keuntungan usaha relatif tinggi: artinya modal yang digunakan dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal. Pengusaha secara tidak langsung mempergunakan modal yang didapatkan untuk usahanya dengan sebaik-baiknya sehingga terciptanya keuntungan usaha yang relatif tinggi (Gischa, 2023).

- b. Harga buah nanas yang terjangkau: Harga sangat bergantung pada permintaan buah nanas dan hal ini sejalan dengan hukum permintaan yang menyatakan ketika suatu harga barang atau jasa turun, maka jumlah permintaan akan naik. Sebaliknya saat harga barang yang diminta naik, maka permintaan akan turun (Purnomo, 2022).
- c. Rasa Buah Nanas Yang Manis: sangat berkaitan dengan selera konsumen. Konsumen akan membeli produk kalau merasa cocok dengan selernya, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan konsumen agar pemasaran produk berhasil. Hal ini berkaitan dengan, jika selera konsumen meningkat terhadap buah nanas maka permintaan terhadap buah nanas juga akan meningkat, sebaliknya apabila selera konsumen terhadap suatu buah nanas menurun, maka permintaan terhadap suatu buah nanas tersebut juga akan menurun (Indrasari, 2019).
- d. Buah nanas yang sudah dikenal: Tidak dapat dipungkiri pengetahuan masyarakat tentang buah nanas sudah sangat luas. Dan hal itu menjadi salah satu kekuatan dalam usaha, karena dapat memudahkan pedagang dalam memperkenalkan buah nanas.

**Kelemahan** Hasil penelitian menunjukkan kelemahan usaha buah nanas berdasarkan dari urutan nilai bobot tertinggi yaitu terdiri dari :

- a. Tidak memiliki pelanggan tetap: situasi di mana suatu usaha buah nanas tidak memiliki klien atau pelanggan yang secara reguler atau rutin mengonsumsi buah nanas. Oleh sebab itu, pelaku bisnis harus memahami apa yang dibutuhkan konsumen karena pada sektor bisnis perdagangan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Aviatri end Nilasari, 2021). Salah satu contoh penyebab kurangnya pelanggan tetap dalam usaha ini yaitu promosi yang masih kurang dalam memasarkan dan memperkenalkan usaha buah nanas melalui platform media sosial karena sebagian besar pengusaha belum mahir dalam menggunakan media sosial.
- b. Keterbatasan modal: menyebabkan volume penjualan buah nanas menurun dan pengusaha tidak dapat memperbesar atau memperbanyak cabang penjualannya untuk keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, perlunya menjalin kerja sama dengan lembaga penunjang seperti Bank dan sejenisnya. Salah satu usaha dari bank atau non bank adalah memberikan fasilitas kredit kepada nasabah. Kredit modal kerja adalah kredit yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja perusahaan (Inayah, Kirya end Suwendra, 2018). Sehingga dengan itu pedagang buah nanas dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas cabang penjualan buah nanas.
- c. Buah mudah busuk: Buah nanas merupakan buah yang tidak terjamin tahan lama sehingga buah mudah busuk, hal ini bisa disebabkan oleh salahnya tata cara penyimpanan atau lamanya buah berada dalam perjalanan. oleh karena itu, dibutuhkan pengawetan alami tanpa harus menghilangkan sifat dari buah nanas seperti menyimpan buah nanas utuh dilemari pendingin, atau dengan cara memotong bagian atas nanas hingga semua bagian daunnya menghilang dan disimpan dengan posisi terbalik didalam tempat penyimpanan dengan suhu ruang (Nisa, 2022).
- d. Kurangnya manajemen dalam usaha: dapat menjadi kelemahan serius dalam mengelola sebuah usaha buah nanas. Lemahnya keterampilan manajemen, pelaku usaha seringkali berangkat berwirausaha dengan sumberdaya seadanya sehingga menjadi tidak siap (Hartati, 2013). Salah satu contoh kurangnya manajemen dalam

usaha ini yaitu sebagian pengusaha belum ada yang menerapkan pengawetan secara alami untuk meminimalisir buah nanas yang mudah busuk melalui lemari pendingin atau lainnya. Oleh sebab itu, perlu ada sosialisasi perbaikan manajemen dalam usaha buah nanas agar buah tidak mudah busuk.

Tabel 1. Matriks IFAS usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur, 2024

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
<b>KEKUATAN:</b>				
Keuntungan usaha yang relatif tinggi	0,14	3,47	0,43	Dipertahankan
Harga terjangkau	0,13	3,21	0,40	Dipertahankan
Rasa buah nanas yang manis	0,12	2,95	0,37	Dipertahankan
Buah nanas sudah dikenal	0,12	3,05	0,42	Dipertahankan
<b>Total</b>	<b>0,51</b>	<b>12,68</b>	<b>1,62</b>	
<b>KELEMAHAN:</b>				
Tidak memiliki pelanggan tetap	0,13	2,84	0,36	Ditingkatkan
Keterbatasan modal	0,13	2,89	0,33	Ditingkatkan
Buah mudah busuk	0,12	2,53	0,31	Tingkatkan kualitas
Kurangnya manajemen dalam usaha	0,11	3,11	0,40	Ditingkatkan
<b>Total</b>	<b>0,49</b>	<b>11,37</b>	<b>1,39</b>	
<b>Total Faktor Internal</b>	<b>1,00</b>		<b>3,01</b>	

Sumber: Data primer diolah (2024)

Hasil analisis pada Tabel 1. Menjelaskan bahwa skor yang didapatkan dari total bobot x rating pada faktor internal sebesar 3,01 yang diperoleh dari total faktor kekuatan 1,62 dan kelemahan 1,39. Hal ini mengidentifikasi bahwa usaha buah nanas berada diposisi kuat, dimana kekuatan yang dimiliki sudah digunakan secara optimal untuk mengatasi kelemahan yang ada.

## 2. Faktor-Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) Usaha Buah Nanas

**Peluang.** Hasil penelitian menunjukkan peluang usaha buah nanas berdasarkan dari urutan nilai bobot tertinggi yaitu terdiri dari :

- a. Permintaan pasar yang tinggi: merupakan salah satu peluang yang sangat menguntungkan karena dengan adanya permintaan pasar yang tinggi dapat menyebabkan kenaikan keuntungan bagi pengusaha buah nanas.
- b. Lokasi usaha yang strategis: Penyesuaian lokasi usaha dilakukan supaya mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu, dengan lokasi usaha yang strategis buah nanas akan cepat sampai ke tangan konsumen serta menghemat biaya distribusi.
- c. Buah nanas memiliki banyak manfaat: Buah nanas memiliki sejumlah manfaat dan kualitas yang bagus dapat dijadikan peluang usaha. Manfaat buah nanas sudah diketahui oleh semua orang sehingga dapat menjadi peluang yang baik bagi usaha dalam meningkatkan pendapatan usaha buah nanas. Adapun kandungan didalam buah nanas yaitu vitamin A, C dan betakaroten, kalsium, fosfor, magnesium, besi, natrium, kalium dan enzim bromelin (Suryana, 2018).
- d. Bahan baku mudah didapat: mengacu pada suatu komponen yang relatif mudah untuk ditemukan, diakses, dan diperoleh di pasar atau lingkungan tertentu.

Keberadaan bahan baku buah nanas yang mudah didapat ini akan menjadi peluang bisnis yang signifikan dalam menjalankan usaha buah nanas.

**Ancaman.** Hasil penelitian menunjukkan ancaman usaha buah nanas berdasarkan dari urutan nilai bobot tertinggi yaitu terdiri dari :

- a. Adanya pedagang lain: akan berdampak buruk dan mengancam posisi pengusaha buah nanas, banyak pengusaha yang menjual buah selain buah nanas seperti buah jeruk, mangga, dan lainnya. Oleh karena itu, pengusaha buah nanas perlu meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi saat ini dan menciptakan produk nilai tambah dari buah nanas.
- b. Memiliki pesaing produk serupa: yaitu memiliki banyak usaha yang menjual buah nanas dengan rasa dan harga yang berbeda-beda dan hal tersebut akan berdampak menurunkan atau meningkatkan penghasilan usaha buah nanas. Oleh karena itu, pengusaha harus cerdas dalam mengelola usaha demi mempertahankan penjualan dan pelanggannya. Salah satu cara lain yang perlu dilakukan dengan menciptakan strategi penjualan baru seperti dengan cara buah nanas yang sudah dikupas dan dipotong, kemudian ditaruh dalam satu wadah dengan packaging yang menarik konsumen.
- c. Gangguan hujan: merupakan salah satu ancaman dalam melakukan pemasaran buah nanas. Oleh sebab itu, pengusaha harus mengantisipasi ketika hujan itu akan datang. Misalnya dengan menggunakan alternatif lain dalam melakukan penjualan seperti menjual buah nanas tidak hanya di sekitar tempat lokasi penjualan saja tetapi juga bisa menerapkan penjualan berbasis pesan antar langsung ke tempat konsumen berada (COD).
- d. Kenaikan harga produksi: yaitu harga jual buah nanas yang meningkat sehingga menjadi ancaman serius bagi usaha buah nanas. Kenaikan harga tersebut akan berdampak negatif pada keuntungan dan kelangsungan usaha secara keseluruhan. Hal ini sudah dijelaskan pada teori permintaan jika harga buah nanas meningkat dapat menurunkan permintaan.

Tabel 2. Matriks EFAS usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur, 2024.

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
<b>PELUANG:</b>				
Permintaan pasar yang tinggi	0,13	3,47	0,44	Dimanfaatkan
Lokasi usaha yang strategis	0,13	3,21	0,42	Dimanfaatkan
Buah nanas memiliki banyak manfaat	0,13	2,95	0,37	Dimanfaatkan
Bahan baku mudah didapat	0,12	3,37	0,41	Dimanfaatkan
Total	0,50	13,00	1,64	
<b>ANCAMAN:</b>				
Adanya pedagang lain	0,13	2,74	0,36	Alternatif lain
Memiliki pesaing produk serupa	0,13	2,58	0,32	Alternatif lain
Gangguan hujan	0,12	2,84	0,35	Alternatif lain
Kenaikan harga produksi	0,12	3,21	0,38	Alternatif lain
Total	0,50	11,37	1,41	
Total Faktor Eksternal	1,00		3,04	

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tabel 2. Menunjukkan hasil analisis bahwa total skor pembobotan faktor-faktor eksternal sebesar 3,04 yang diperoleh dari total bobot x rating dengan peluang sebesar 1,64 dan ancaman sebesar 3,04. Hal ini mengidentifikasi bahwa usaha buah nanas berada pada posisi yang cukup kuat dimana peluang yang dimiliki sudah dimanfaatkan dengan benar dalam meminimalisir dan menghadapi ancaman yang terjadi.

Berdasarkan Berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal pada usaha buah nanas, maka didapatkan matriks SWOT usaha buah nanas disajikan pada tabel 3.

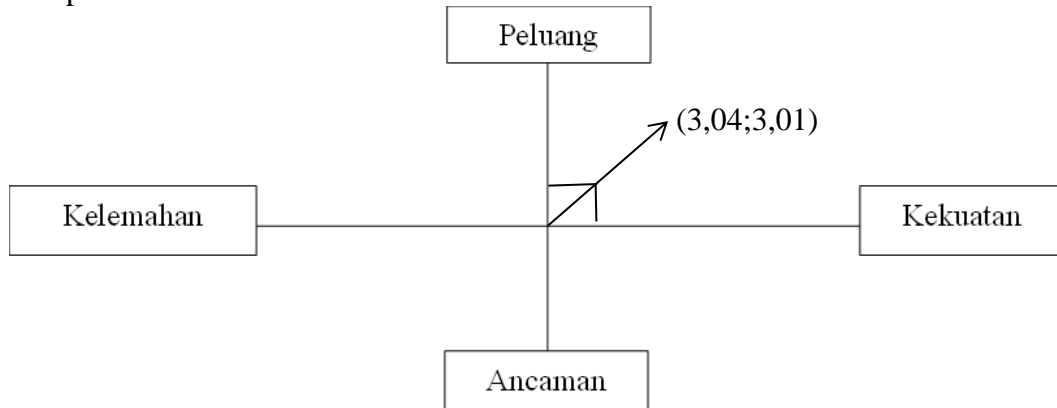
Tabel 3. Matriks SWOT Usaha nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur, 2024.

<b>IFAS</b>	<p><b>Strengths = S</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Rasa buah nanas yang manis</li> <li>2) Buah nanas sudah dikenal</li> <li>3) Harga terjangkau</li> <li>4) Keuntungan usaha yang relatif tinggi</li> </ol>	<p><b>Weaknesses = W</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterbatasan modal</li> <li>2) Kurangnya manajemen dalam mengelola usaha</li> <li>3) Buah mudah busuk</li> <li>4) Tidak memiliki pelanggan tetap</li> </ol>	
<b>EFAS</b>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menambah volume penjualan dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha (S2,S4,O1,O4)</li> <li>2) Memperluas jangkauan pemasaran buah nanas (S2,S3,O1,O2)</li> <li>3) Meningkatkan promosi buah nanas (S4,O2,O3)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperbaiki manajemen dalam mengelola usaha baik modal maupun terhadap sifat buah yang mudah rusak agar permintaan pasar tinggi supaya dapat mempertahankan kandungan dan manfaat buah nanas (W1,W2,W3,W4,O1,O2, O4)</li> </ol>	
	<p><b>Threats = T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memiliki banyak pesaing produk serupa</li> <li>2) Adanya pedagang lain</li> <li>3) Gangguan hujan</li> <li>4) Kenaikan harga produksi</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperluas jaringan pasar dengan menerima investasi untuk mempertahankan usaha (S1,S2,T1,T2)</li> <li>2) Mempertahankan kualitas dan harga produk (S1,S2,S3,T1,T2)</li> <li>3) Mempertahankan keuntungan usaha dengan mempertimbangkan kenaikan harga produksi (S3,T3,T4)</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menciptakan nilai tambah terhadap buah nanas yang diproduksi agar dapat meminimalisir keterbatasan modal dan menyesuaikan dengan kenaikan harga produksi serta memperluas akses informasi penjualan nanas melalui media teknologi (W1,W2,W3,W4,T1,T2, T4)</li> </ol>

Sumber: Data primer diolah (2024)

## Strategi Usaha Buah Nanas

Hasil evaluasi faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis pada matriks IFAS dan EFAS kemudian dianalisis dengan matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi usaha buah nanas Di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur dengan melihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Analisis SWOT Usaha Buah Nanas

Berdasarkan analisis seperti gambar 4.1 diatas dapat dilihat bahwa kondisi usaha buah nanas berada pada posisi yang menguntungkan (kuadran I) karena usaha buah nanas memiliki kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2017). Analisis SWOT merupakan strategi yang efektif untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman suatu Perusahaan (Rangkuti,2008).

Kekuatan usaha ini (1) rasa buah nanas yang manis; (2) buah nanas yang sudah dikenal; (3) harga terjangkau; (4) keuntungan usaha relatif tinggi. Oleh karena itu, kekuatan yang dengan cara memanfaatkan peluang yang ada yaitu (1) permintaan pasar yang tinggi; (2) Buah nanas memiliki banyak manfaat; (3) lokasi yang strategis; (4) bahan baku mudah didapat

Hasil analisis menggunakan SWOT strategi usaha buah nanas di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur diperoleh 3,01 dari total skor IFAS dan 3,04 dari total skor EFAS yang menunjukkan berada pada kuadran 1 sehingga memperoleh strategi SO untuk faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

### Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*)

- a. Menambah volume penjualan dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha  
Strategi ini diperoleh berdasarkan dari, S2 (harga terjangkau), O1 (permintaan pasar yang tinggi), dan O4 (bahan baku mudah didapat) karena keuntungan usaha yang relatif tinggi secara tidak langsung permintaan pasar akan buah nanas juga semakin tinggi, dengan harga yang terjangkau dan produk mudah didapatkan pengusaha dapat menambah volume penjualannya
- b. Memperluas jangkauan pemasaran buah nanas  
Strategi ini diperoleh berdasarkan S2 (harga yang terjangkau), S3 (rasa buah nanas yang manis), O1 (permintaan pasar yang tinggi) dan O2 (lokasi usaha yang strategis) karena lokasi usaha yang strategis dan permintaan pasar yang tinggi,



pengusaha secara tidak langsung mendapatkan keuntungan yang tinggi sehingga dapat memperluas jangkauan pemasarannya dengan menambah cabang penjualannya.

c. Meningkatkan promosi buah nanas

Strategi ini diperoleh berdasarkan, S4 (buah nanas sudah dikenal), O2 (lokasi usaha yang strategis) dan O3 (buah nanas memiliki banyak manfaat) karena buah nanas sudah dikenal ini secara sengaja atau tanpa sengaja sudah melakukan promosi melalui orang ke orang sehingga ini memudahkan pengusaha buah nanas dalam melakukan promosi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan promosi pengusaha buah nanas harus bisa memanfaatkan manfaat dari buah nanas yang banyak ini dan rasa buah nanas yang sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, agar pemasaran dapat optimal pengusaha juga dapat memanfaatkan produk buah nanas tersebut untuk dipasarkan melalui platform media sosial yang sedang berkembang saat ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini terdapat dua faktor yaitu faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal, yang terdiri dari :
  - a. Faktor-faktor internal yaitu terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Kekuatan usaha buah nanas yang terdapat dalam penelitian ini yaitu (1) keuntungan usaha relatif tinggi; (2) harga terjangkau; (3) rasa buah nanas yang manis; dan (4) buah nanas yang sudah dikenal. Kelemahan usaha buah nanas terdiri dari (1) tidak memiliki pelanggan tetap; (2) kurangnya manajemen dalam usaha; (3) buah mudah busuk; dan (4) keterbatasan modal
  - b. Faktor-faktor eksternal yaitu terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang yang terdapat dari penelitian ini yaitu (1) permintaan pasar yang tinggi; (2) lokasi yang strategis; (3) Buah nanas memiliki banyak manfaat; dan (4) bahan baku mudah didapat. Ancaman usaha buah nanas yaitu terdiri dari (1) adanya pedagang lain; (2) memiliki banyak pesaing serupa; (3) gangguan hujan; dan (4) kenaikan harga produksi.
2. Strategi usaha buah nanas yang cocok diterapkan di Kecamatan Masbagik yaitu kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*), dengan alternatif Strategi S-O yaitu mempertahankan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara: (1) Menambah volume penjualan dengan mempertimbangkan keberlanjutan usaha (2) memperluas jangkauan pemasaran (3) mengoptimalkan pemasaran buah nanas.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha buah nanas diharapkan dapat menciptakan alternatif baru untuk meminimalisir pesaing, dengan cara mengupas dan memotong buah nanas kemudian ditaruh dalam satu wadah dengan packaging yang menarik konsumen dan menambah kesan indah dimata konsumen, agar konsumen tidak perlu ragu lagi dalam membeli buah nanas tersebut serta dapat menambah pelanggan baru.

2. Diharapkan ada campur tangan teknologi dalam proses pemasarannya terutama promosi dengan menggunakan media teknologi yang ada, agar memperluas distribusi pemasaran yang selama ini sebagian besar pemasarannya hanya di sekitar wilayah usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrie, B. M., & Novianty, A. (2021). "Optimalisasi Pendapatan Petani Cabai Merah Dengan Diversifikasi Usahatani". *Mimbar Agribisnis*, 7(1), 254-266.
- Astiti, N. S., Ambarawati, I. G. A. A., & Budasih, N. L. (2014). *Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Pada Kelompok Wanita Tani (Kwt) Spora Bali*. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(2), 26282.
- Aviatri, P., & Nilasari, A. P. (2021). Analisis penerapan etika bisnis terhadap kelangsungan usaha perusahaan dagang. *Accountthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02).
- BPS Kabupaten Lombok Timur. (2023). *Kabupaten Lombok Timur Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik Lombok Timur. Selong.
- Gischa, S. (2023). Pengertian dan Teori-Teori Keuntungan. Diakses pada 12 Januari 2024, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/17/130000769/pengertian-dan-teori-teori-keuntungan-pengusaha>.
- Hartati, S. (2013). Manajemen Keuangan untuk Usaha mikro, kecil dan menengah. *Jurnal Akutansi Dan Investasi*, 2(2), 1.
- Inayah, N., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2018). Pengaruh Kredit Modal Kerja terhadap Pendapatan Bersih Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sektor Formal. *In Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen* (Vol. 9).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Konsumen*. Unitomo Press. Surabaya.
- Nisa, A. (2022). Hati-Hati Bisa Cepat Busuk, Ini Cara Tepat Simpan Buah Nanas Utuh dan yang Sudah Dikupas. Diakses pada 12 Januari 2024, dari <https://bobo.grid.id/amp/083314707/hati-hati-bisa-cepat-busuk-ini-cara-tepat-simpan-buah-nanas-utuh-dan-yang-sudah-dikupas>.
- Nur'aini, D. F. F. (2016). *Teknik Analisis SWOT (Pedoman Menyusun Strategi Yang Efektif Dan Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman)* Cetakan Ke-1. Quadrant. Yogyakarta.
- Purnomo, S. (2022). *Teori Ekonomi Mikro*. CV. Widina Media Utama. Bandung.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

- Rangkuti, F. (2017). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama Edisi 10. Jakarta.
- Santoso, E., Restuhadi, F., & Yulida, R. (2015). Analisis perilaku wirausaha dan kinerja usaha (studi pada usaha agroindustri di Kota Pekanbaru). *Doctoral dissertation*. Riau.
- Siswanti, T. (2020). Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *In Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya* (Vol. 5, Issue 2).
- Situmorang, S. H., & Lutfi, M. (2012). *Analisis Data*. USU Press. Medan.
- Sudalmi, E. S., & Hardiatmi, J. S. (2014). *Ketahanan ekonomi petani dalam rangka mengatasi gagal panen padi di Desa Sidoharjo Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen*. *Joglo*, 26(1).
- Suhartatik, A. (2018). Faktor internal dan eksternal minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 15(1), 53-63.
- Suryana, D. (Ed.). (2018). *Manfaat Buah: Manfaat Buah-buahan*. Dayat Suryana Independent. Bandung.
- Widarsa, K. T., Swandewi, P. A., & Dian, N. M., (2022). *Metode Sampling Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Bali: Baswara Press.