

## Penentuan Alternatif Strategi Pengembangan Sopi Lokal Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus Desa Letmafo Timur)

Yohanes Pebrian Vianney Mambur\*, Lambertus Nesi Bria

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Timor.

\*Correspondence author : [vianneymambur@gmail.com](mailto:vianneymambur@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received 24 June 2022

Received in revised form 25 June 2022

Accepted 16 September 2022

DOI: <https://doi.org/10.32938/ag.v7i4.1768>

#### Keywords:

Local Sopi

Strategy

SWOT matrix

### Abstract

*Sopi Timor is known as a symbol of intimacy, togetherness, and kinship. In addition, sopi is also known as the civilization of the people of West Timor in social reality and as a household business that was carried out approximately 300 years ago. The purpose of this research is to find out alternative strategies for developing local sopi. The method of analysis in this study is the SWOT matrix. The results showed that local sopi is in quadrant I, which means attacking by promoting local sopi on a large scale because the products produced are very good and consumers like them. This research also contains 9 alternative strategies with 4 priority strategies for local sopi development, namely: 1) utilizing the availability of raw materials and business experience to answer market demand; 2) the ease of selling their products by utilizing a supportive location and supporting government policies; 3) utilize existing manpower and technology to capture market opportunities; 4) retaining customers by taking advantage of innovations and the ease of selling their products can patent local sopi products produced by producers.*

## 1. Pendahuluan

Subsektor perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki potensi dalam menyediakan berbagai jenis minuman dan sebagai usaha rumah tangga. Salah satu tanaman perkebunan yang dimanfaatkan oleh masyarakat setempat adalah tanaman lontar. Tanaman lontar tumbuh dengan baik di sekitar pekarangan rumah masyarakat di Kabupaten Timor Tengah Utara. Hal inilah yang mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan hasil sedapan nira lontar menjadi minuman tradisional beralkohol sejak zaman nenek moyang hingga sekarang.

Badan Pusat Statistik (2018), menjelaskan bahwa produksi lontar pada tahun 2015 sebanyak 24 ton dengan produktivitas sebesar 343 kg/ha dan jumlah kk sebanyak 427. Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa potensi lontar sangat baik bagi usaha rumah tangga petani dengan memanfaatkan niranya.

Nalle & Sila, (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa *sopi* atau *tuak nakaf* merupakan sebutan yang populer bagi masyarakat di Kabupaten Timor Tengah Utara dalam bahasa dawan dan dikenal sebagai simbol kekeluargaan, keakraban, serta kebersamaan. *Sopi* diproduksi secara tradisional melalui proses penyulingan dengan menggunakan pohon lontar, nira atau *tuak* sebagai bahan baku. *Sopi* juga dikenal dengan peradaban masyarakat Timor Barat dalam realita sosial kemasyarakatan di mana *sopi* sudah diusahakan kurang lebih 300 tahun yang lalu.

Li *et al.*, (2013) menjelaskan bahwa *sopi* merupakan sebuah barang mewah secara ekonomi, memiliki nilai sosial yang mahal, politik, dan budaya. Selanjutnya dijelaskan oleh William Blight dalam *A Voyage to the South Sea* bahwa orang Timor sudah minum arak ketika mereka tiba di Kupang pada tanggal 12 Juli 1789. Keadaan ini mengindikasikan bahwa *sopi* orang Timor memiliki nilai kultur yang begitu kuat dalam berbagai ritual adat dengan turut menghadirkan *sopi* sebagai simbol kebersamaan, yang kemudian berdampak pada aspek *supply* dan *demand* dan mampu menghidupi para produsen *sopi*.

Desa Letmafo Timur merupakan salah satu desa sentra produksi *sopi* lokal di Kecamatan Insana Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara. Potensi bahan baku nira lontar yang baik menjadi andalan masyarakat dalam memproduksi *sopi* lokal. Selain itu masyarakat mengenal bahan baku pembuat *sopi* lokal dengan sebutan *tua konu* dan *tua fetu*. *Tua konu* adalah buah tanaman lontar, sedangkan *tua fetu* adalah pembungaan tanaman lontar.

Tingginya permintaan konsumen akan *sopi* lokal di Desa Letmafo Timur dapat diukur dari masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara yang suka minuman *sopi* lokal, dan hidup beradat. Menurut Prayitno *et al.*, (2012) pemenuhan permintaan masyarakat terhadap *sopi* lokal

merupakan peluang usaha agribisnis yang mempunyai prospek cerah di masa yang akan datang baik di pasar domestik maupun berpeluang ekspor.

Selanjutnya Li, *et al.*, (2013) menjelaskan bahwa minuman *sopi* memegang peranan penting dalam acara adat. Selain itu, secara ekonomis *sopi* sebagai sumber pendapatan bagi keluarga yang memiliki tradisi penyulingan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang baik untuk pengembangan *sopi* lokal berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan pendekatan matriks SWOT di mana diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Uraian latar belakang di atas merupakan dasar bagi masyarakat untuk terus mengembangkan *sopi* lokal secara berkala dan sebagai peneliti bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan *sopi* lokal di Desa Letmafo Timur Kecamatan Insana Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara.

## 2. Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, angket, dan survey. Sedangkan data sekunder peneliti peroleh dari berbagai referensi seperti jurnal, skripsi, buku, dan Badan Pusat Statistik. Populasi penelitian ini sebanyak 150 kk. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* di mana pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 60 orang. Analisis data yang digunakan peneliti adalah matriks SWOT.

Matriks SWOT adalah metode perencanaan terstruktur yang efisien digunakan dalam kasus perencanaan strategi untuk pencapaian pembangunan (Buta, 2007). Meskipun analisis SWOT merupakan metode penelitian yang umumnya digunakan dalam bidang usaha, namun kini telah diperluas ke pengelolaan sumber daya alam untuk menilai keputusan dan arahan kebijakan secara sistematis dan juga dalam penilaian pariwisata berkelanjutan (Pranatayana & Arcana, 2021). Harfst *et al.*, (2010) dalam matriks SWOT terdapat 2 faktor yakni faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Adapun penjelasan mengenai kuadran matriks SWOT menurut (Rangkuti, 2016) sebagai berikut:

### 1. Kuadran I (Positif, positif).

Kuadran I menjelaskan bahwa jika hubungan yang kuat antara kekuatan dan peluang (SO) dapat mewakili kondisi *sopi* yang baik dan memungkinkan penggunaan strategi yang agresif. (Prayitno *et al.*, 2012) menjelaskan strategi SO adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

### 2. Kuadran II (Positif, negatif).

Kuadran ini memiliki hubungan yang kuat antara kekuatan dan ancaman (ST) dapat memungkinkan penggunaan strategi yang sifatnya beragam. Suisnaya *et al.*, (2009) menjelaskan strategi ST yakni dilakukan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki agar dapat menghindari ancaman.

### 3. Kuadran III (Negatif, positif).

Kuadran III mengindikasikan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang (WO). Strategi yang diterapkan adalah ubah strategi yang artinya mengubah strategi sebelumnya agar mencapai tujuan yang diinginkan organisasi. Wulandari *et al.*, (2017) menjelaskan strategi WO ini diterapkan agar mampu memperkecil efek yang muncul dari beberapa kelemahan pada perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki.

### 4. Kuadran IV (Negatif, negatif).

Kuadran IV menjelaskan bahwa sebuah organisasi yang lemah dan menghadapi tantangan besar (WT) dapat menggunakan strategi bertahan. Toselong M. A, (2018) mengemukakan bahwa strategi WT yaitu meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

### 3. Hasil Dan Pembahasan

#### Analisis Lingkungan Usaha Sopi Lokal

Penelitian yang dilakukan oleh Mas Juliani *et al.*, (2017) mengemukakan bahwa dalam mengembangkan suatu usaha harus mempertimbangkan 2 faktor lingkungan yakni lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal terdiri dari produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari kompetitor, pemasok, pemerintah, dan ekonomi.

Faktor lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian terpenting dari perencanaan strategis yang pada dasarnya dianggap sebagai komponen utama dari sebuah proses pengembangan pembangunan. Analisis lingkungan strategi seperti itu sangat penting dalam perumusan strategi karena dapat membantu peneliti mendapatkan wawasan ke masa lalu dan memikirkan solusi untuk masa yang akan datang (Reihanian *et al.*, 2012 ; Ommami, 2011).

Berdasarkan kajian terdahulu di atas maka analisis lingkungan internal dan eksternal dalam penelitian ini dapat jelaskan berdasarkan matriks SWOT yakni:

#### Lingkungan Internal

Lingkungan internal dalam matriks SWOT terdapat 2 komponen yakni kekuatan dan kelemahan. Masing-masing memiliki faktor penyebab yang mempengaruhi usaha sopi lokal yaitu:

##### Faktor Kekuatan Usaha Sopi Lokal

###### 1. Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku merupakan faktor internal yang terpenting bagi produsen dalam menghasilkan *sopi* lokal. Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 ketersediaan bahan baku merupakan bahan mentah, bahan setengah jadi atau barang jadi yang dapat diolah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Suswaedji *et al.*, (2012) menjelaskan bahwa bahan baku adalah barang yang akan menjadi bagian dari produk jadi dan mudah untuk diketahui biayanya. Ketersediaan bahan baku tidak lepas dari hasil produksi terutama bidang pertanian yang menjadi komoditas utama dalam suatu produksi.

###### 2. Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha merupakan salah satu faktor terpenting dalam memproduksi *sopi* lokal. Semakin lama pengalaman seseorang maka pengetahuan akan menghasilkan *sopi* lokal lebih berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa rata-rata pengalaman masyarakat dalam usaha *sopi* lokal yakni 20 - 40 tahun.

###### 3. Lokasi Kerja

Lokasi kerja mejadi salah satu faktor yang diperlukan dalam memproduksi *sopi* lokal. Lokasi kerja juga sebagai penentu jarak antara produsen dan konsumen. Lokasi kerja *sopi* lokal diketahui berada disekitaran rumah masyarakat dan tidak jauh dari lokasi pemasaran. Menurut Cymbidiana R. E., (2013) menjelaskan bahwa lokasi perusahaan yang berada di sekitar perumahan dan bukan lokasi industri pesaing membuat perusahaan lebih mudah untuk memasarkan produknya.

###### 4. Kemudahan Menjual Hasil Produksi

Kemudahan menjual hasil produksi merupakan satu pencapaian yang tentunya diharapkan oleh setiap produsen *sopi* lokal. Kemudahan menjual hasil produksi disebabkan oleh masyarakat yang sudah mengenal *sopi* lokal dan adanya promosi dari mulut ke mulut sehingga laku terjual dan diusahakan hingga kini. Menurut Febryan (2010) menjelaskan bahwa semakin banyak industri yang membentuk jaringan penjualan promosi dari mulut ke mulut maka semakin besar peluang untuk berhasil dalam menjual.

##### Faktor Kelemahan Usaha Sopi Lokal

###### 1. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktok pendukung dalam proses produksi *sopi* lokal. Tenaga kerja terdiri dari dua yakni tenaga kerja dalam keluarga dan luar keluarga. Penelitian ini diketahui tenaga kerja yang digunakan hanya tenaga kerja dalam keluarga dengan kemampuan sumber

daya manusia yang pas-pasan. [Safitri \(2017\)](#), mengemukakan bahwa tenaga kerja yang memiliki kualitas berupa sumber daya manusia yang kurang memadai maka dalam pengelolaannya masih sederhana. Hal ini akan menyebabkan pencatatan terhadap keuangan, personalia, dan produksi masih kurang lengkap.

## 2. Teknologi

Teknologi yang dimaksudkan dalam penelitian ini yakni teknologi tradisional yang digunakan dalam memproduksi *sopi* lokal. Teknologi tradisional menjadi kelemahan dikarenakan baik konsumen dan produsen belum mampu mengetahui seberapa persen kandungan alkohol yang dihasilkan. Hasil wawancara diketahui bahwa masyarakat hanya mengandalkan pengalaman dalam memproduksi *sopi*.

## 3. Inovasi

Inovasi merupakan suatu perubahan yang secara berkala mengalami peningkatan dan penurunan baik dari segi harga maupun kualitas produk. Untuk menghasilkan inovasi diperlukan kemampuan sumber daya manusia yang baik. Inovasi *sopi* lokal sejauh ini dilakukan dengan merubah teknik penyulingan, dan pemasaran. Namun dengan pengetahuan yang pas-pasan inovasi tidak berkembang dengan baik sehingga keadaan memaksa masyarakat menjual di sekitaran rumah yang berdampingan dengan jalan raya.

## Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal yang dihadapi oleh produsen *sopi* perlu dianalisis dan mencoba identifikasi peluangnya sehingga mendapatkan tanggapan dan perhatian eksekusi, disaat yang sama dapat diarahkan untuk mengetahui ancaman agar usaha mendapatkan antisipasi ([Riyanto, 2018](#)). Lingkungan eksternal dalam penelitian ini terdapat 2 komponen yang dijelaskan berdasarkan matriks SWOT yaitu peluang dan ancaman di mana masing-masing memiliki faktor penyebab yakni:

### Faktor Peluang Usaha Sopi Lokal

#### 1. Peluang Pasar

Peluang pasar merupakan salah satu faktor yang saling menunjang dengan kemudahan menjual hasil produksi. Hal ini sebagai peluang di mana pasar untuk memasarkan *sopi* masih terbuka lebar dikarenakan mayoritas masyarakat Timor hidup berdampingan dengan adat istiadat dan *sopi* sebagai salah satu simbol kebersamaan. Oleh karena itu, pemasaran *sopi* lokal saat ini bukan hanya dilakukan di sekitar Desa, dan Kecamatan saja yang ada di Kabupaten Timor Tengah Utara namun sudah dipasarkan ke kabupaten tetangga seperti Kabupaten Belu, Kabupaten Malaka, dan Kabupaten Timor Tengah Selatan.

#### 2. Pelanggan Tetap

Pelanggan tetap menjadi peluang dalam memasarkan *sopi* lokal dengan mudah. Dengan mempertahankan pelanggan yang tetap maka produsen perlu mempertahankan kualitas, pelayanan, harga, loyalitas konsumen, dan memberikan diskon atau potongan harga. Keadaan ini akan membantu produsen dalam menghadapi persaingan.

#### 3. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah merupakan salah satu peluang yang dapat dimanfaatkan oleh produsen *sopi*. Usaha *sopi* lokal jika ingin berkembang dengan baik maka diharapkan kebijakan pemerintah yang dapat mendukung. [Safitri \(2017\)](#) menjelaskan bahwa pemerintah dapat membantu kegiatan usaha masyarakat dalam berbagai kegiatan salah satunya diselenggarakannya *workshop*. Kebijakan pemerintah menjadi peluang bagi sektor industri minuman *sopi* lokal, seperti kemudahan mendapatkan izin dan adanya peraturan daerah yang mendukung. [Suharyo et al., \(2007\)](#) mengemukakan bahwa perdagangan *sopi* di Kabupaten Timor Tengah Utara diatur dalam Peraturan Daerah No 22 Tahun 1998.

### Faktor Ancaman Usaha Sopi Lokal

#### 1. Persaingan dengan Pengusaha Lain

Persaingan *sopi* lokal dengan pengusaha lainnya merupakan hal yang memerlukan perhatian dan sebagai produsen *sopi* harus lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan. Pengusaha pesaing yang masuk dan memasarkan minumannya akan memberikan tawaran dan kualitas yang lebih baik sehingga dapat menarik konsumen. Menurut [Cymbidiana R. E., \(2013\)](#) bahwa semakin

banyak pesaing dan pendatang baru di bidang bisnis yang sama akan membuat posisi usaha dalam ancaman. Hal ini harus diperhatikan dan ditindaklanjuti agar usaha *sopi* lokal mampu bertahan dan berkembang.

## 2. Sosialisasi Kesehatan

Sosialisasi kesehatan terkait konsumsi minuman beralkohol “*sopi*” merupakan langkah yang baik dilakukan. Hasil wawancara diketahui bahwa sudah ada sosialisasi dari tenaga kesehatan namun sosialisasi ini belum diberlakukan secara rutin. Inilah menjadi salah satu ancaman di mana tidak semua masyarakat mampu mengetahui batas kebutuhan alkohol dalam tubuh sehingga dibutuhkan sosialisasi kesehatan.

## 3. Label Harga

Usaha *sopi* lokal sejauh ini masih dalam kondisi yang baik-baik saja meskipun belum memiliki label harga. Namun, disisilain merupakan sebuah ancaman yang tidak disadari oleh para produsen *sopi* lokal. Pemerintah daerah diharapkan agar dapat memberikan perhatian kepada produk *sopi* lokal yang ada di Desa Letmafo Timur Kecamatan Insana Tengah. Jika hal ini terlambat dan bahkan tidak dilakukan maka produk *sopi* lokal akan dikleim oleh produsen lainnya bahwa *sopi* tersebut merupakan hasil produksi mereka.

### Strategi Pengembangan Sopi Lokal

Strategi pengembangan usaha *sopi* lokal melalui hasil analisis matriks internal (kekuatan) pada [tabel 1](#) di bawah ini menunjukkan bahwa ketersediaan bahan baku memiliki bobot nilai sebesar 0,20 dan skor 0,6. Pengalaman usaha memiliki bobot nilai sebesar 0,19 dan skor 0,76. Lokasi kerja memiliki bobot nilai sebesar 0,14 dan skor 0,42. Sedangkan kemudahan menjual hasil produksi *sopi* lokal memiliki bobot nilai sebesar 0,18 dan skor 0,54 dengan total skor sebesar 2,48.

Analisis matriks internal (kelemahan) diketahui tenaga kerja memiliki bobot nilai sebesar 0,20 dan skor 0,36. Teknologi memiliki bobot nilai sebesar 0,15 dan skor 0,3 dan inovasi memiliki bobot nilai sebesar 0,5 dan skor 0,5 dengan total skor sebesar 1,16. Hasil tersebut diketahui juga total nilai S-W yang diperoleh dari hasil pengurangan antara total skor kekuatan dan kelemahan sebesar 1,32.

**Tabel 1. Hasil Analisis Matriks Internal**

<b>Kekuatan (Strengths)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
S1. Ketersediaan bahan baku	0,20	3	0,6
S2. Pengalaman usaha	0,19	4	0,76
S3. Lokasi kerja	0,14	3	0,42
S4. Kemudahan menjual hasil Produksi	0,18	3	0,54
<b>Total</b>			<b>2,48</b>
<b>Kelemahan (Weaknesses)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
W1. Tenaga kerja	0,18	2	0,36
W2. Teknologi	0,15	2	0,3
W3. Inovasi	0,5	1	0,5
<b>Total</b>			<b>1,16</b>
<b>Total S-W</b>			<b>1,32</b>

Sumber: data primer diolah, (2022)

Hasil analisis matriks eksternal (peluang) yang dijelaskan pada [tabel 2](#) di bawah ini menunjukkan peluang pasar memiliki bobot nilai sebesar 0,20 dan skor 0,6. Bobot pelanggan tetap sebesar 0,18 dan skor 0,54. Sedangkan kebijakan pemerintah memiliki bobot nilai sebesar 0,17 dan skor 0,68 dengan total skor peluang sebesar 1,82.

Analisis matriks eksternal (ancaman) persaingan *sopi* lokal dengan pengusaha lain memiliki nilai bobot sebesar 0,15 dan skor 0,3. Bobot sosialisasi kesehatan terkait minuman beralkohol

sebesar 0,12 dan skor 0,12. Sedangkan bobot nilai dan skor label harga sebesar 0,5. Total hasil skor ancaman sebesar 0,92. Hasil tersebut diketahui juga total nilai O-T yang diperoleh dari hasil pengurangan antara total bobot kekuatan dan kelemahan sebesar 0,9.

**Tabel 2. Hasil Analisis Matriks Eksternal**

Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Bobot	Rating	Skor
O1. Peluang pasar	0,20	3	0,6
O2. Pelanggan tetap	0,18	3	0,54
O3. Kebijakan pemerintah	0,17	4	0,68
<b>Total</b>			<b>1,82</b>
Ancaman ( <i>Threats</i> )	Bobot	Rating	Skor
T1. Persaingan dengan pengusaha lain	0,15	2	0,3
T2. Sosialisasi Kesehatan	0,12	1	0,12
T3. Label harga	0,5	1	0,5
<b>Total</b>			<b>0,92</b>
<b>Total O-T</b>			<b>0,9</b>

Sumber: data primer diolah, (2022)

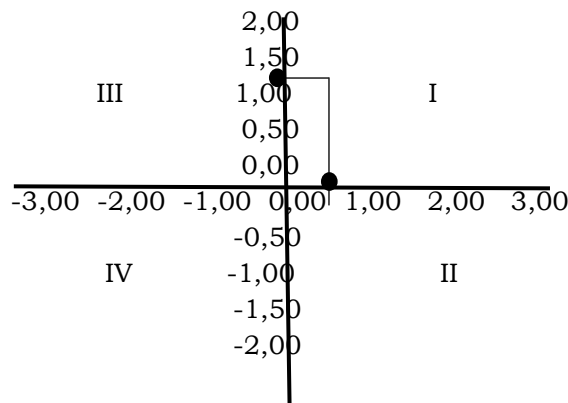
### Strategi Matriks SWOT

Penentuan dan evaluasi faktor-faktor internal dan eksternal merupakan hal yang paling penting serta identifikasi hubungan yang terdapat diantara komponen internal dan eksternal, dan kemudian dikembangkan empat jenis strategi melalui analisis SWOT secara efektif digunakan dalam upaya pengembangan minuman tradisional (Pranatayana, 2021).

Penelitian lainnya yang berbeda dilakukan oleh Kurniawan & Haryati, (2017) menjelaskan bahwa berdasarkan perhitungan faktor internal dan eksternal hal yang dapat dilakukan selanjutnya adalah membuat diagram matriks SWOT. Hasil penelitiannya menunjukkan UKM minuman sari buah sirsak berada pada kuadran IV (Negatif, negatif). Kondisi ini mengindikasikan bahwa UKM minuman sari buah sirsak lemah dan dilematis karena berada pada pertemuan kelemahan dengan ancaman dari lingkungan eksternal.

Berdasarkan tabel 1 dan 2 matriks internal dan eksternal dapat ditentukan posisi usaha *sopi* lokal di mana matriks internal memiliki nilai sebesar 1,32 dan matriks eksternal sebesar 0,9 yang berada pada kuadran I dengan penerapan strategi oleh pengusaha *sopi* lokal adalah *progresif*. Artinya menyerang dengan cara mempromosikan *sopi* lokal secara besar-besaran karena produk yang dihasilkan sangat bagus dan konsumen menyukainya.

Berikut adalah diagram matriks SWOT *sopi* lokal di Desa Letmafo Timur Kecamatan Insan Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara.



**Gambar 1. Kuadran Sopi Lokal di Desa Letmafo Timur**

Adapun 9 strategi yang diperoleh melalui analisis SWOT yakni;

1. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku, dan pengalaman usaha untuk menjawab permintaan pasar (S1, S2, dan O1).
2. Kemudahan menjual hasil produksi dengan memanfaatkan lokasi yang menunjang dan kebijakan pemerintah yang mendukung (S3, S4, dan O3).
3. Memanfaatkan tenaga kerja dan teknologi yang ada untuk menangkap peluang pasar (W1, W2, dan O1).
4. Mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan Inovasi baru (W3 dan O2).
5. Memaksimalkan hasil produksi melalui ketersediaan bahan baku agar dapat menghambat masuknya produk pesaing (S1 dan T1).
6. Kemudahan menjual hasil produksi dapat meningkatkan sosialisasi kesehatan tentang kebutuhan alkohol dalam tubuh (S4, dan T2).
7. Kemudahan menjual hasil produksi dapat mematenkan produk alkohol yang dihasilkan oleh petani produsen (S4, dan T3).
8. Mempertahankan teknologi tradisional yang ada guna menjaga kualitas sopi lokal (W2, dan T1).
9. Menemukan cara atau mempromosikan produk sopi lokal yang dihasilkan agar dikenal oleh kalangan luas melalui berbagai iven kegiatan agar dapat melawan pesaing dari luar (W3 dan T1).

Pembobotan strategi penelitian ini ditentukan berdasarkan skor bobot hasil penjumlahan sembilan strategi di atas. Perhitungan ini, peneliti juga menentukan prioritas strategi yang dapat dikembangkan oleh produsen *sopi* lokal. Secara lengkap hasil dan pembahasannya dapat diperhatikan pada [tabel 3](#) di bawah ini:

**Tabel 3. Penentuan Alternatif Strategi**

Strategi	Skor Bobot	Prioritas
Memanfaatkan ketersediaan bahan baku, dan pengalaman usaha untuk menjawab permintaan pasar (S1, S2, dan O1).	1,96	1
Kemudahan menjual hasil produksi dengan memanfaatkan lokasi yang menunjang dan kebijakan pemerintah yang mendukung (S3, S4, dan O3).	1,64	2
Memanfaatkan tenaga kerja dan teknologi yang ada untuk menangkap peluang pasar (W1, W2, dan O1).	1,26	3
Mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan Inovasi baru (W3 dan O2).	1,04	4
Memaksimalkan hasil produksi melalui ketersediaan bahan baku agar dapat menghambat masuknya produk pesaing (S1 dan T1).	0,9	6
Kemudahan menjual hasil produksi dapat meningkatkan sosialisasi kesehatan tentang kebutuhan alkohol dalam tubuh (S4, dan T2).	0,66	5
Kemudahan menjual hasil produksi dapat mematenkan produk alkohol yang dihasilkan oleh petani produsen (S4, dan T3).	1,04	4
Mempertahankan teknologi tradisional yang ada guna menjaga kualitas sopi lokal (W2, dan T1).	0,6	8
Menemukan cara atau mempromosikan produk sopi lokal yang dihasilkan agar dikenal oleh kalangan luas melalui berbagai iven kegiatan agar dapat melawan pesaing dari luar (W3 dan T1).	0,8	7

#### **Penentuan Alternatif Strategi Berdasarkan Hasil Skor Pembobotan**

Penentuan strategi alternatif pengembangan *sopi* lokal dalam penelitian ini, peneliti mengambil 4 strategi yang memiliki skor tertinggi sehingga dapat diterapkan oleh produsen *sopi* lokal di Desa Letmafo Timur sebagai berikut:

1. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku, dan pengalaman usaha untuk menjawab permintaan pasar memungkinkan untuk menerapkan strategi penetrasi pasar. Menurut [Mas Juliani et al., \(2017\)](#) strategi penetrasi pasar merupakan usaha yang dilakukan oleh produsen

*sopi* lokal untuk meningkatkan penjualan atas produk dan pasar yang tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif.

2. Kemudahan menjual hasil produksi dengan memanfaatkan lokasi yang menunjang dan kebijakan pemerintah yang mendukung. Strategi yang dapat diterapkan dalam keadaan ini adalah penetrasi pasar.
3. Memanfaatkan tenaga kerja dan teknologi yang ada untuk menangkap peluang pasar dengan menerapkan strategi pengembangan pasar. Mas Juliani *et al.*, (2017) menjelaskan bahwa pengembangan pasar merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh produsen *sopi* lokal ketika pasar lama lagi stabil. Keadaan ini merupakan peluang dalam membuka pasar baru dengan strategi memperluas pangsa pasar.
4. Mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan inovasi baru dan kemudahan menjual hasil produksi dapat mematenkan *sopi* lokal yang dihasilkan dengan menerapkan strategi pengembangan produk dan strategi integrasi ke depan. Mas Juliani *et al.*, (2017) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa strategi pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna yang lebih besar. Sedangkan strategi integrasi ke depan merupakan strategi yang dijalankan dengan meraih kendali atas jalur distribusi dengan strategi memperluas pangsa pasar.

## Simpulan

Melalui matriks SWOT diperoleh 9 strategi dengan 4 strategi prioritas pengembangan usaha *sopi* lokal yakni: 1) memanfaatkan ketersediaan bahan baku, dan pengalaman usaha untuk menjawab permintaan pasar dengan menerapkan strategi penetrasi pasar; 2) kemudahan menjual hasil produksi dengan memanfaatkan lokasi yang menunjang dan kebijakan pemerintah yang mendukung dapat diterapkan strategi penetrasi pasar; 3) memanfaatkan tenaga kerja dan teknologi yang ada untuk menangkap peluang pasar. Strategi yang dapat diterapkan adalah pengembangan pasar; 4) mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan inovasi baru dan kemudahan menjual hasil produksi dapat mematenkan produk *sopi lokal* dan dapat menggunakan strategi pengembangan produk dan strategi integrasi ke depan. Sedangkan berdasarkan diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa *sopi* lokal berada pada kuadran I. Hal yang dilakukan oleh pengusaha *sopi* lokal adalah *progresif*. Artinya menyerang dengan cara mempromosikan *sopi* lokal secara besar-besaran karena produk yang dihasilkan sangat bagus dan banyak yang suka.

## Pustaka

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Timor Tengah Utara *dalam* Angka. 2018. Tanaman Perkebunan. Luas Area, Produksi, Produktivitas dan jumlah keluarga Usaha Perkebunan Menurut Komoditas Di Kabupaten TTU. 2015. <https://timortengahutarakab.bps.go.id/publication/2018/09/26/f18391321cb5cbf002d4d2dc/kecamatan-insana-tengah-dalam-angka-2018.html>. Di akses pada tanggal 26 Februari 2022
- Buta, (2007). The Swot Analysis In The Geographical Research, With Applicability In The Study Of The Human Settlements From Moldova Valley - (BAIA-DRAGUSENI SECTOR). *Present Environment and Sustainable Development*, 1(1), 239 – 248.
- Cymbidiana R. E., R. (2013). Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Menetapkan Strategi Untuk Keberlangsungan Hidup Perusahaan (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Keripik Tempe Ri-Mas Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Febryan, F. 2010. *The Power Of Selling: Memperlakukan Pelanggan Sebagai Sahabat Sejati*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Harfst, J., Wirth, P., Lintz, G., & Bieberstein, C. (2010). Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats of European mining regions (SWOT Report I). Germany, Dresden: Leibniz Institute of Ecological and Regional Development (IOER), 103. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2017.006.02.6>
- Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 97–102.



- Li, D. E. (2013). IRGSC Policy Brief. *Industrialisasi Sopi Di NTT Yang Berkelanjutan (Towards the Sustainability of NTT Sopi)*., 003, 1–8.
- Mas Juliani, K. A., Harsojuwono, B. A., & Satriawan, I. ketut. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Barjaz Tea di Barjaz Company. *Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 5(4), 41–50.
- Nalle, F. W., & Sila, D. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Tradisional Beralkohol (Sopi) Di Desa Maubesi Kecamatan Insana Tengah Kabupaten Timor Tengah Utara. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 51–64.
- Ommani, A. R. (2011). Strategies of Rural Development in Shoushtar Township of Iran (Applying SWOT method). *Journal of American Science*, 7(1), 969–972.
- Pranatayana I. B. G., & A. K. T. P. (2021). Strategi Pengembangan Minuman Tradisional Arak Bali Menggunakan Model Analisis Swot Dan Qspm Studi Kasus Desa Tri Eka Buana Karangasem Bali. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 58–72. <https://doi.org/10.5432/jjpehss.KJ00003402603>
- Prayitno, A., Supardi, S., & Nurjayanti, E. D. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Komoditas Sayuran Unggulan Di Asosiasi Aspakusa Makmur Kabupaten Boyolali. *Mediagro*, 8(2), 8–20.
- Rangkuti, F. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Reihanian, A., Mahmood, N. Z. B., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2012). Sustainable tourism development strategy by SWOT analysis: Boujagh National Park, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 4, 223–228. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.005>
- Riyanto, S. . (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(3), 159–168. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Sugiyono. 2015. Metodologi Penelitian & Pengembangan (Research and Development/ R&D). Bandung: Alfabeta.
- Suharyo, W. I., Toyamah, N., Poesoro, A., Sulaksono, B., Usman, S., & Febriany, V. (2007). *Improving the Business Climate in NTT: The Case of Agriculture Trade in West Timor* (Issue March). [http://www.smeru.or.id/en/content/improving-business-climate-ntt-case-agriculture-trade-west-timor%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/46451022\\_Improving\\_the\\_Business\\_Climate\\_in\\_NTT\\_The\\_Case\\_of\\_Agriculture\\_Trade\\_in\\_West\\_Timor](http://www.smeru.or.id/en/content/improving-business-climate-ntt-case-agriculture-trade-west-timor%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/46451022_Improving_the_Business_Climate_in_NTT_The_Case_of_Agriculture_Trade_in_West_Timor)
- Suisnaya I. N., Hubeis M., Purwanto, B. (2009). Kajian Prospek dan Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Aloe Vera Pada PT Libe Bumi Abadi. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 4(2), 163–175. <https://doi.org/10.29244/163-175>
- Safitri, Setyorini I. A. (2017). *Studi Perencanaan Strategis Dengan Pendekatan Qspm Pada Industri Minuman Saribuah*. *Jurnal PASTI Volume XI No. 3*, 272 - 282. XI(3), 272–282. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/pasti/article/view/2755/1614>
- Suswardji, Edi, Eman, & Ratnaningsih, R. (2012). Analisis Pengendalian Bahan Baku PT NT Ring Indonesia di Karawang. *Jurnal Manajemen*, Vol.10 No 1.
- Toselong M. A. (2018). Pengembangan Agribisnis Sagu Sebagai Pangan Lokal Berkelanjutan. *Program Studi Magister Agribisnis Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar*, 2(January), 6. <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://wwwlib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand>
- Wulandari, K., Nurmalina, R., & Tinaprilla, N. (2017). Strategi Pengembangan Unit Usaha Bioetanol pada PT Perkebunan Nusantara XI dengan Pendekatan A'WOT. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 3(2). <https://doi.org/10.18196/agr.3247>