



Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Usaha Toko Pertanian UD Trijaya Tani Di Kabupaten Nganjuk

Ulfa Nur Rahma¹, Mochamad Ferdiansyah¹, Satriya Bayu Aji^{1*}, Agustia Dwi Pamujiati²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kadiri

Diterima 15 Desember 2025/ Direvisi 17 Januari 2026/ Disetujui 19 Januari 2026

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan usaha kios sarana produksi pertanian (saprodi) UD. Trijaya Tani di Kabupaten Nganjuk melalui pendekatan strengths-weaknesses-opportunities-threats (analisis SWOT) yang dipadukan dengan matriks IFAS dan EFAS serta strategi TOWS untuk merumuskan alternatif strategi bisnis yang adaptif terhadap dinamika internal dan eksternal. Analisis awal mengidentifikasi faktor kekuatan berupa kedekatan dengan kelompok tani lokal dan variasi produk input pertanian, serta kelemahan seperti keterbatasan modal kerja dan strategi pemasaran yang belum optimal. Di sisi eksternal, peluang pasar digital dan dukungan pemerintah terhadap agribisnis membuka jalur ekspansi penjualan, sedangkanancaman persaingan dari pemasok modern tetap menjadi tantangan signifikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengukur bobot faktor dan menentukan prioritas strategi, kemudian mengintegrasikannya ke dalam strategi TOWS untuk memformulasikan rekomendasi pengembangan usaha yang bersifat intensif maupun diversifikasi. Temuan menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital diprioritaskan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing, dukungan kolaboratif antar komponen agribisnis memberikan nilai tambah bagi efisiensi jaringan pasok, serta kebijakan internal yang lebih kuat diperlukan untuk meminimalkan kelemahan operasional. Rekomendasi strategi yang dirumuskan mencakup pemanfaatan teknologi pemasaran online, kolaborasi dengan kelompok tani untuk memperluas rantai nilai, dan peningkatan kapasitas sumber daya melalui pelatihan manajemen usaha. Oleh karena itu, implementasi strategi yang terintegrasi akan meningkatkan kinerja usaha kios saprodi dalam menghadapi tantangan pasar dan menciptakan pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: Analisis SWOT; Pengembangan usaha; Sarana pertanian; Strategi

ABSTRACT

This study examines the business development strategy of the agricultural input supply store (saprodi) UD Trijaya Tani in Nganjuk Regency using a strengths–weaknesses–opportunities–threats (SWOT) analysis integrated with the Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), and TOWS matrix to formulate business strategies that are adaptive to internal and external dynamics. The initial analysis identifies key internal strengths, including close relationships with local farmer groups and a diverse range of agricultural input products, as well as weaknesses such as limited working capital and suboptimal marketing strategies. From an external perspective, opportunities arising from digital market expansion and government support for agribusiness create potential avenues for business growth, while competition from modern agricultural input suppliers remains a significant threat. This study employs a descriptive quantitative approach to assign weights to strategic factors and determine priority strategies, which are subsequently integrated into the TOWS matrix to formulate intensive and diversification-oriented business development strategies. The findings indicate that digital marketing strategies are prioritized to enhance market reach and business competitiveness, collaborative support among agribusiness components adds value by improving supply chain efficiency, and stronger internal policies are required to minimize operational weaknesses. The recommended strategies include the utilization of online marketing technologies, collaboration with farmer groups to expand the value chain, and capacity building through business management training. Therefore, the implementation of integrated strategies is expected to

enhance the performance of agricultural input supply businesses in responding to market challenges and achieving sustainable business growth.

Keywords: Agricultural facilities; Business development; Strategy; SWOT analysis

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam menjamin pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat, yang

keberlanjutannya didukung oleh berbagai usaha penyedia sarana pertanian. Untuk mengoptimalkan posisi usaha serta merumuskan strategi pengembangannya secara sistematis, diperlukan analisis SWOT sebagai metode strategis dalam memanfaatkan peluang dan kekuatan sekaligus mengantisipasi ancaman serta meminimalkan kelemahan (Pratama *et al.*, 2023). Analisis ini mencakup evaluasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang memengaruhi kinerja usaha(Ihtirom *et al.*, 2019). Analisis SWOT digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi organisasi agar tujuan dapat dicapai dengan lebih efektif dan efisien (Herlina & Sitanggang, 2024). Strategi ini tidak hanya berfokus pada penetapan tujuan tetapi juga mencakup perumusan langkah-langkah operasional yang diperlukan untuk mencapainya serta pengaturan sumber daya secara efektif dan efisien (Harahap, 2024).

Dalam penerapan analisis SWOT pada unit usaha, Usaha Dagang (UD) merupakan salah satu bentuk badan usaha swasta yang bersifat sederhana dengan kepemilikan perseorangan, di mana pemilik berperan sebagai pendiri sekaligus penanggung jawab utama seluruh kegiatan operasional, dengan modal usaha yang bersumber dari kekayaan pribadi serta seluruh keuntungan dan kerugian menjadi

tanggung jawab penuh pemilik (Meilaningsih *et al.*, 2022). Dalam konteks ini, UD Trijaya Tani merupakan usaha dagang yang bergerak dalam penyediaan sarana produksi pertanian berupa pupuk, benih, dan pestisida yang berlokasi di Dusun Tunggul, Desa Pokak Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, serta berperan penting dalam mendukung aktivitas pertanian masyarakat sekitar melalui penyediaan input pertanian yang berkualitas dan mudah dijangkau. Namun demikian, sebagai salah satu penyedia sarana produksi pertanian di Kabupaten Nganjuk, UD Trijaya Tani menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat ketatnya persaingan antar kios pertanian dan dinamika permintaan petani, sehingga menuntut kemampuan dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara akurat. Dalam konteks pengembangan usaha agribisnis kios sarana pertanian, pendekatan SWOT memaparkan kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan usaha untuk tumbuh dan berdaya saing di pasar lokal. (Afriansyah, 2024). Oleh karena itu, penggunaan analisis SWOT dinilai relevan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang adaptif, karena mampu menyelaraskan kekuatan internal dengan peluang pasar sekaligus memitigasi ancaman persaingan yang dihadapi (Rangkuti, 2016). Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi landasan ilmiah yang kuat dalam merumuskan strategi pengembangan yang akurat, guna meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan UD Trijaya Tani di tengah dinamika sektor pertanian yang

semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha toko pertanian melalui penerapan analisis SWOT secara kualitatif dan kuantitatif.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di UD Trijaya Tani, Kabupaten Nganjuk, pada bulan Oktober 2025 dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, dan pengecekan ulang informasi kepada informan.

Dalam penelitian ini usaha Dagang (UD) Trijaya Tani yang bergerak di bidang penyediaan sarana produksi pertanian di Kabupaten Nganjuk. Informan penelitian ditetapkan secara purposive sampling, dengan pertimbangan keterlibatan langsung dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan strategis usaha. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik toko UD Trijaya Tani (1 orang) yang berperan sebagai pengelola utama usaha. Pemilihan informan tunggal ini didasarkan pada kepemilikannya terhadap informasi menyeluruh mengenai kondisi internal usaha serta pemahamannya terhadap lingkungan eksternal yang dihadapi. Meskipun demikian, penggunaan informan tunggal menjadi keterbatasan penelitian yang disadari dan diantisipasi melalui penguatan observasi lapangan. Data penelitian diperoleh melalui beberapa cara, sebagai berikut :

1. Observasi lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap gejala atau peristiwa yang terjadi pada saat penelitian berlangsung(Hasanah, 2016).
2. Wawancara, yakni teknik penggalian informasi yang dilakukan secara

tatap muka dan tanya jawab antara peneliti dengan narasumber(Trivaika & Senubekti, 2022).

3. Kajian Literatur, Data hasil wawancara dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis dilakukan melalui tahapan transkripsi wawancara, pengelompokan data ke dalam faktor SWOT, penyaringan faktor agar relevan dan tidak tumpang tindih, serta penetapan faktor utama yang berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Faktor-faktor terpilih tersebut selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan matriks IFAS dan EFAS. Penentuan bobot dan rating pada setiap faktor SWOT dilakukan oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara, observasi lapangan, dan kajian literatur. Bobot menunjukkan tingkat kepentingan relatif tiap faktor dengan total bobot IFAS dan EFAS sebesar 1,00, sedangkan rating menggunakan skala 1–4 untuk menggambarkan tingkat kondisi dan respons usaha, dari sangat lemah hingga sangat kuat. Skor tertimbang diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating masing-masing faktor. Penggabungan teknik matriks IFE, EFE, dan SWOT dengan QSPM membantu merumuskan strategi komprehensif bagi pengembangan klaster agroindustri berbasis modal lokal dan kekuatan internal. (Wardani et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UD Trijaya Tani merupakan sebuah usaha dagang yang didirikan pada tahun 2013 oleh Bapak Hartoyo. Usaha ini berlokasi di Dusun Tunggul, Desa Pokak Klagen, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. UD Trijaya Tani beroperasi

sebagai toko penyedia berbagai sarana dan prasarana pertanian, seperti pupuk, benih, dan pestisida. Fokus utama usaha adalah mendukung aktivitas pertanian masyarakat sekitar dengan menyediakan produk berkualitas yang mudah dijangkau dan memiliki harga yang kompetitif. Komitmen ini diperkuat dengan adanya cabang usaha lain, yaitu Jojaya Tani di Desa Setren, yang bertujuan untuk memperluas jangkauan layanan toko ke wilayah yang lebih luas di Nganjuk.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui faktor internal dan faktor eksternal toko pertanian UD.Trijaya Tani, yang terdiri dari kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang selanjutnya akan di identifikasi dan

dianalisis. Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal, dirumuskan alternatif strategi pengembangan usaha menggunakan Matriks TOWS sebagaimana disajikan pada tabel 1. Analisis matriks IFAS dan EFAS dalam studi usaha tani sayuran berbasis organik memberikan kerangka yang mirip dengan strategi perumusan yang digunakan pada studi kios usaha agribisnis, menggabungkan data internal dan eksternal untuk prioritas strategi. (Septiadi & Mundiyah, 2023). Dalam konteks agribisnis komoditas hortikultura, analisis SWOT menyediakan pilihan strategi alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan value chain dan daya saing usaha. (Lubis & Mulyara, 2025).

Tabel 1. Matriks TOWS Strategi Pengembangan UD Trijaya Tani.

Strategi	Rumusan Strategi
SO	Memanfaatkan harga kompetitif dan layanan kredit untuk memperluas pasar melalui pemasaran digital.
WO	Memperbaiki keterbatasan pemasaran dan minimnya digitalisasi dengan memanfaatkan peluang pemasaran digital dan kerja sama kelompok tani.
ST	Mempertahankan loyalitas pelanggan melalui sistem reward dan kredit untuk menghadapi persaingan.
WT	Mengurangi ketergantungan pada pemasok tetap untuk menekan risiko fluktuasi harga.

Berdasarkan Matriks TOWS, strategi yang paling sesuai bagi UD Trijaya Tani adalah strategi SO, karena kondisi internal dan eksternal menunjukkan dominasi kekuatan dan

peluang. Strategi ini menekankan optimalisasi pemasaran digital yang didukung oleh keunggulan harga dan layanan kredit guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Tabel 2. Hasil Identifikasi SWOT Toko Pertanian UD.Trijaya Tani.

Faktor	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Harga lebih terjangkau - Adanya reward disetiap pengumpulan poin - Menerima sistem kredit - Banyaknya pilihan produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Sistem pemasaran masih terbatas - Minim pemanfaatan media digital dalam hal promosi - Pasokan barang bergantung pada pemasok tetap
Faktor	Peluang (Opportunities)	Ancaman (Threats)
Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> - Memperluas sistem pemasaran dengan media digital - Kerjasama dengan kelompok tani maupun penyuluh 	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya persaingan dengan toko lainnya - Fluktuasi harga produk dari pihak pabrik

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa toko pertanian UD.Trijaya Tani memiliki beberapa kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan hasil penjualan dan pengembangan usaha tersebut. Namun, toko ini juga memiliki kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi.

Dalam upaya meningkatkan capaian pasar, strategi *online marketing* yang dikembangkan melalui identifikasi faktor SWOT terbukti efektif dalam mengoptimalkan peluang pasar digital bagi UMKM agribisnis. (Moonti *et al.*, 2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran agribisnis terbukti mampu membuka peluang pasar baru melalui pemetaan kekuatan dan

peminimalan ancaman pasar tradisional. (Saruan & Rembang, 2025).

Hasil analisis IFAS dan EFAS (tabel 3 dan 4) menunjukkan bahwa peluang dengan skor tertinggi adalah pemanfaatan pemasaran digital (O1) dengan nilai skor tertimbang 1,20, yang menjadi peluang utama bagi pengembangan UD Trijaya Tani. Pemanfaatan media digital berpotensi memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan promosi, dan memperkuat komunikasi dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan temuan Herlina dan Sitanggang (2024) yang menyatakan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing toko pertanian.

Tabel 3. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Toko Pertanian UD.Trijaya Tani

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
A. Kekuatan (Strengths)				
S1	Harga produk relatif terjangkau	0,15	4	0,60
S2	Adanya reward pada sistem poin pelanggan	0,10	3	0,30
S3	Menerima sistem pembayaran kredit	0,15	4	0,60
S4	Variasi produk pertanian cukup lengkap	0,10	3	0,30
Subtotal Kekuatan		0,50		1,80
B. Kelemahan (Weaknesses)				
W1	Sistem pemasaran masih terbatas	0,15	2	0,30
W2	Minim pemanfaatan media digital	0,20	2	0,40
W3	Ketergantungan pasokan pada pemasok tetap	0,15	2	0,30
Subtotal Kelemahan		0,50		1,00
Total Skor IFAS		1,00		2,80

Tabel 4. Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) Toko Pertanian UD.Trijaya Tani

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
A.Peluang (Opportunities)				
O1	Pemanfaatan media digital untuk pemasaran	0,30	4	1,20
O2	Kerja sama dengan kelompok tani & penyuluh	0,25	3	0,75
Subtotal Peluang		0,55		1,95
B.Ancaman (Threats)				
T1	Persaingan dengan toko pertanian lain	0,25	2	0,50
T2	Fluktuasi harga dari pihak pabrik	0,20	2	0,40
Subtotal Ancaman		0,45		0,90
Total Skor EFAS		1,00		2,85

Kekuatan internal utama UD Trijaya Tani ditunjukkan oleh harga produk yang

relatif terjangkau (S1) dan layanan pembayaran kredit (S3), yang masing-

masing memiliki skor tertimbang 0,60. Harga yang kompetitif dan sistem kredit memberikan kemudahan bagi petani serta mendorong loyalitas pelanggan. Strategi keberlanjutan UMKM agribisnis yang mempertimbangkan dinamika pasar pasca pandemi memberi wawasan penting untuk pengembangan strategi jangka panjang toko saprodi. (Khomah et al., 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan UD. Trijaya Tani menggunakan Analisis SWOT. Secara internal, UD Trijaya Tani memiliki kondisi yang relatif kuat dengan Total Skor IFAS 2,80, didukung oleh kekuatan utama seperti harga terjangkau, sistem reward, dan layanan kredit. Namun, terdapat kelemahan pada sistem pemasaran yang terbatas dan minimnya pemanfaatan media digital.

Secara eksternal, peluang lebih dominan dibandingkan ancaman, dengan Total Skor EFAS 2,85, di mana peluang terbesar adalah pemanfaatan media digital untuk pemasaran dan potensi kerja sama dengan kelompok tani.

Berdasarkan kondisi ini, strategi pengembangan yang direkomendasikan adalah Strategi SO. Strategi ini menekankan pada pemanfaatan kekuatan yang ada (penetapan harga kompetitif dan layanan kredit) untuk mengantisipasi ancaman (persaingan dan fluktuasi harga), sekaligus memanfaatkan peluang perluasan pasar melalui pemasaran digital. Secara keseluruhan, analisis ini menjadi landasan ilmiah untuk merumuskan langkah strategis yang akurat guna meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan UD. Trijaya Tani. Selain itu, untuk peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha di masa depan,

penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan perspektif dari pihak eksternal seperti petani atau kelompok tani untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, mengingat keterbatasan penelitian ini yang hanya menggunakan pemilik toko sebagai informan tunggal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Kios/Toko Sayur di Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat. *Journal of Agribusiness and Community Development (AGRIVASI) UMUS*, 1(2), 80-90. <https://doi.org/10.46772/agrivas.v1i02.1009>
- Harahap, K. (2024). *Strategi Bisnis Pendekatan Teoritis Dalam Merancang Jalan Menuju Keberhasilan* (M. Mirsal (ed.)). PT Media Penerbit Indonesia.
- Hasanah, H. (2016). Teknik teknik observasi. *Jurnal at Taquidum*, 8(1), 38.
- Herlina, H., & Sitanggang, P. A. (2024). Strategi Pemasaran Toko Pertanian Sunsang Makmur. *Jurnal Agrilink*, 6(2), 90–100.
- Ihtirom, M. J., Susilowati, D., & Siswadi, B. (2019). Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. *Jurnal 7_Review Jurnal*, 7(1), 1–11.
- Khomah, I., Kusnandar, K., Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, R. A., Setyowati, N., & Riptanti, E. W. (2022). Business Sustainability Strategies of Agribusiness MSMEs in The New Normal Era. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 21(1), 13–30. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.21.1.13-30>

- Lubis, F., A., & Mulyara, B. (2021). SWOT Analysis of Red Chili Agribusiness Development. *Journal of Agribusiness Sciences*, 4(2), 67-77. <https://doi.org/10.30596/jasc.v4i2.5897>
- Meilaningsih, D. A. W., Sugiarta, I. N. G., & Ujianti, N. M. P. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Tenaga Kerja pada Usaha Dagang (UD) Sari Yasa di Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(1), 169–175. <https://doi.org/10.22225/juinhum.3.1.4739.169-175>
- Moonti, A., Dina Novayanti, & Ria Indriani. (2025). Strategi Pemasaran Produk UMKM Agribisnis Melalui Penerapan Online Marketing. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.21776/>
- Pratama, R. A., Porajouw, O., & Ngangi, C. R. (2023). Strategi Pemasaran Toko “Septia Tani” Di Desa Talawaan Kecamatan Talawaan Kabupaten Minahasa Utara. *Transdisipli Pertanian*, 19(3), 1829–1840.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Saruan, T. J., & Rembang, V., V. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pertanian dengan Dukungan Teknologi Digital di Pedesaan. *Jurnal Agribisnis*, 27(2), 39-48. <https://doi.org/10.31849/eb6npv48>
- Septiadi, D., & Mundiyah, A., I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. Agrifo: *Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43. <https://doi.org/10.29103/ag.v5i1.2743>
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *JURNAL NUANSA INFORMATIKA*, 16(1), 33–40. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom/article/download/4670/2896>
- Wardani, I., Dewi, T. R., & Nugroho, W. T. (2023). Determination of Agroindustry Development Strategy for Small and Medium Enterprise Clusters of Regional Excellence Based on Local Agricultural Resources to Support The Economy in Wonogiri Regency. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(4). <https://doi.org/10.29040/ijabar.v7i4.11660>