

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN ANALISIS SWOT

Pelatihan *BRIlilian Specialist Development Program (BSDP)*
Mantri Profil Bisnis Tahun 2022

Bandarjaya, 14 Februari 2022

UNTUK MENCAPAI TUJUAN & BERKEMBANG, SUATU USAHA PERLU “STRATEGI”



STRATEGI ?

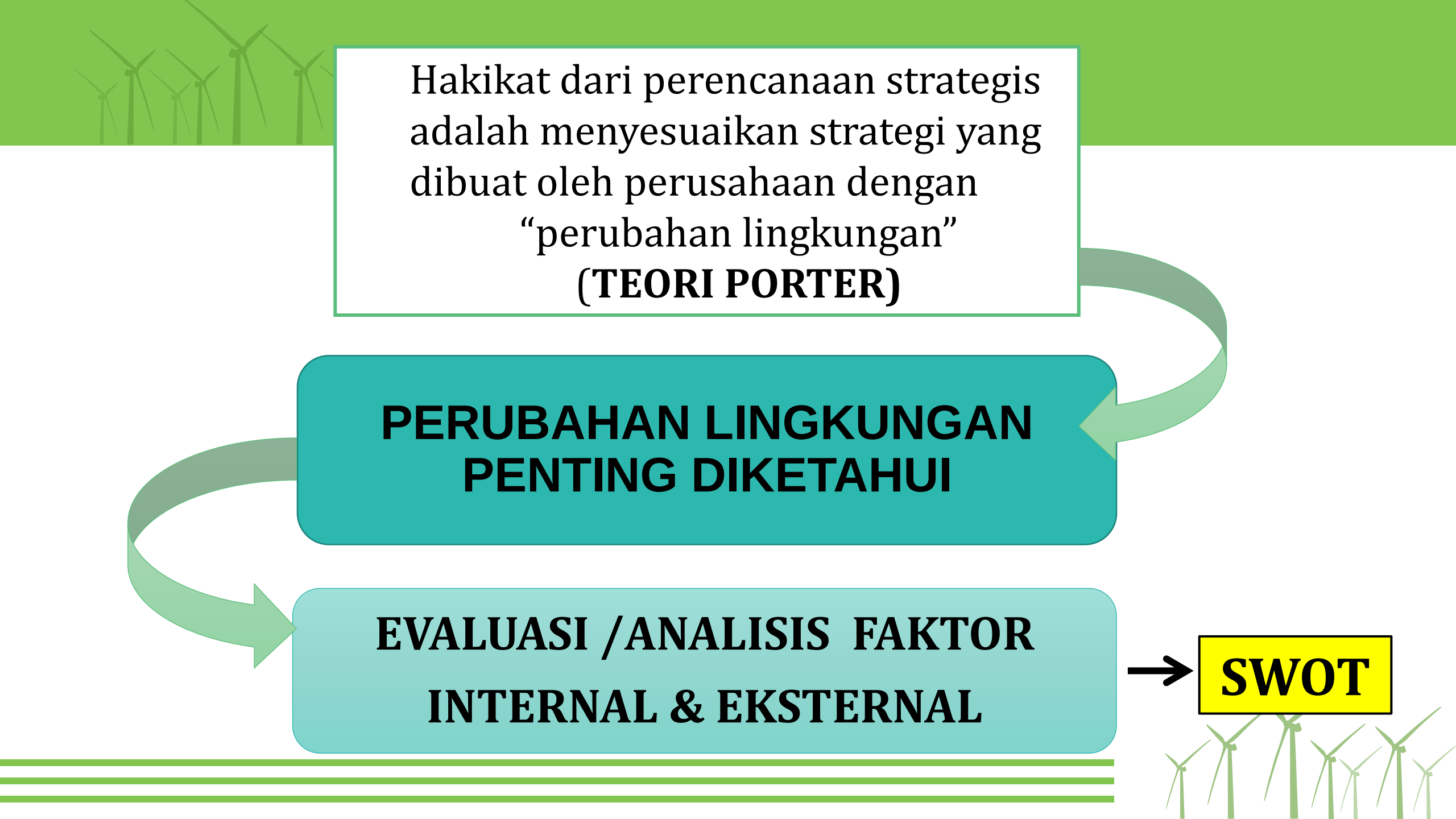
➔ Alat untuk mencapai tujuan suatu usaha dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya



KONSEP STRATEGI

- a) Tindakan yg akan dilakukan suatu usaha untuk melakukan kegiatan **LEBIH UNGGUL** dari pesaing
- b) Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh suatu usaha agar **LEBIH UNGGUL** dibanding pesaing

- ✓ Strategi → bagian dari perencanaan
- ✓ Perencanaan strategis → proses analisis, perumusan, dan evaluasi strategi-strategi
- ✓ Tujuan → Agar suatu usaha dapat melihat secara objektif kondisi internal & eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan.



Hakikat dari perencanaan strategis
adalah menyesuaikan strategi yang
dibuat oleh perusahaan dengan
“perubahan lingkungan”
(TEORI PORTER)

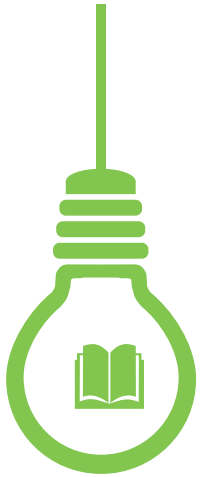
**PERUBAHAN LINGKUNGAN
PENTING DIKETAHUI**

**EVALUASI /ANALISIS FAKTOR
INTERNAL & EKSTERNAL**

SWOT

APA ITU SWOT ?

S



STRENGTH /
KEKUATAN

W



WEAKNESS /
KELEMAHAN

O



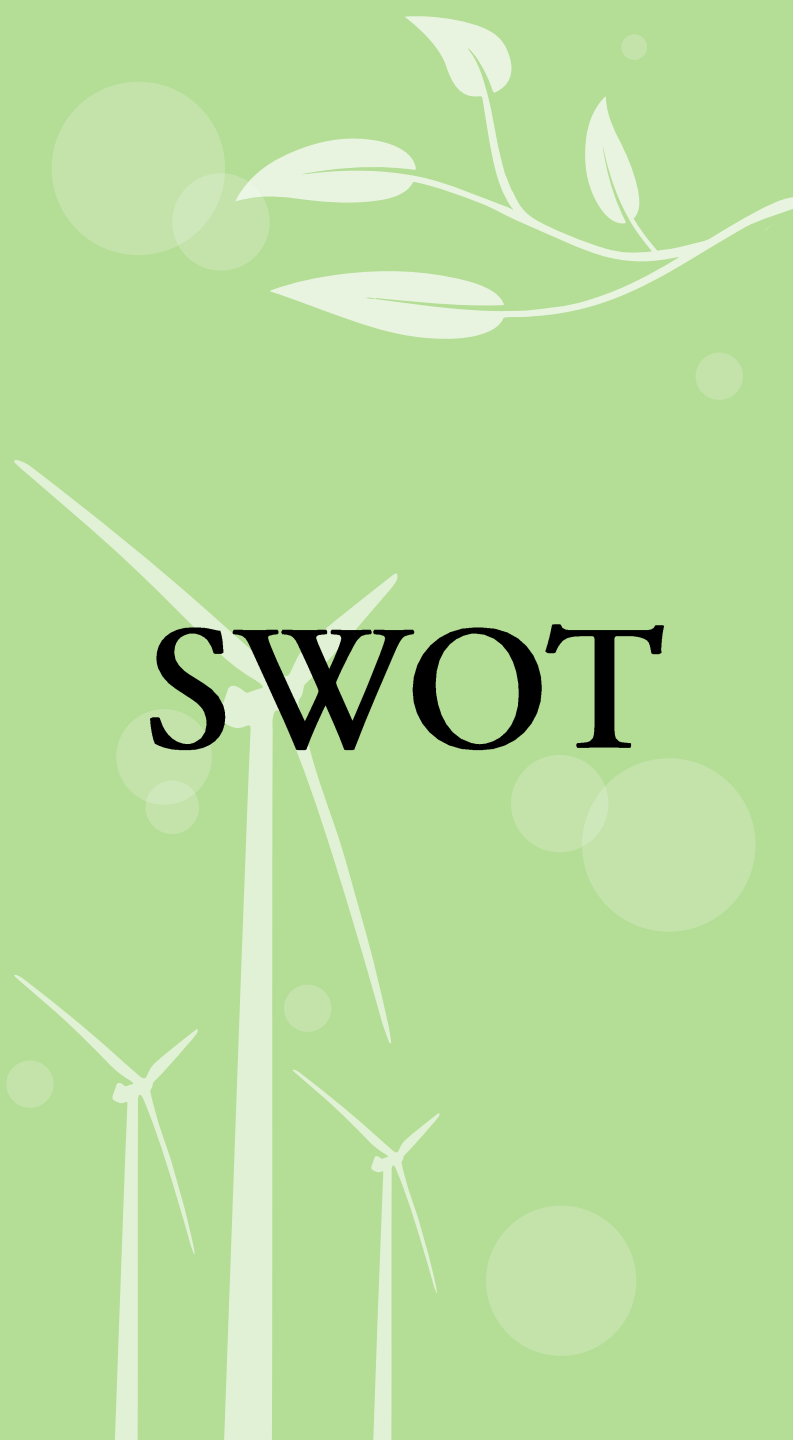
OPPORTUNITY /
PELUANG

T



THREAT /
ANCAMAN





SWOT

- ❑ Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha/organisasi.
- ❑ Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun **secara bersamaan** dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).
- ❑ Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan (Rangkuti, 2016).

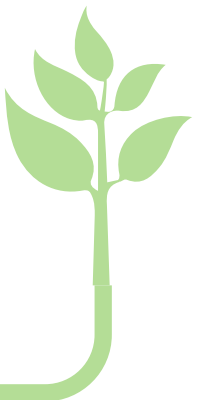
ANALISIS SWOT



Hasil analisis SWOT :

biasanya berupa arahan / rekomendasi untuk **mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan suatu perusahaan dari segi peluang** yang ada, **sambil mengurangi kekurangan** yg dimiliki dan juga **menghindari berbagai ancaman** yg terjadi

Analisis SWOT adalah instrumen yang berperan sebagai alat untuk **meminimalisir kelemahan** atau kekurangan yang terdapat dalam suatu perusahaan atau organisasi serta **menekan dampak dari ancaman** yang timbul dan harus dihadapi.



Faktor Lingkungan Usaha dalam Analisis SWOT

Faktor lingkungan eksternal harus lebih diprioritaskan dalam penentuan strategi pengembangan usaha, karena biasanya faktor-faktor eksternal ini berada **di luar kendali institusi** (*exogen*), sedangkan faktor-faktor internal merupakan **faktor-faktor yang lebih dapat dikendalikan.**





FAKTOR INTERNAL

Mencakup **kekuatan** dan **kelemahan**

- Faktor yg dapat dikendalikan oleh manajemen/pelaku usaha

FAKTOR EKSTERNAL

Mencakup **peluang** dan **ancaman**

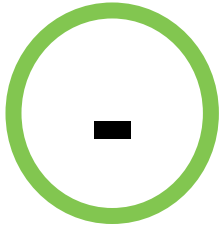
- Faktor yg tidak dapat dikendalikan oleh manajemen/pelaku usaha



***WEAKNESS/
KELEMAHAN***

**FAKTOR
INTERNAL**

***STRENGTH/
KEKUATAN***



MENGHAMBAT



MENDORONG

***THREAT/
ANCAMAN***

**FAKTOR
EKSTERNAL**

***OPPORTUNITY/
PELUANG***



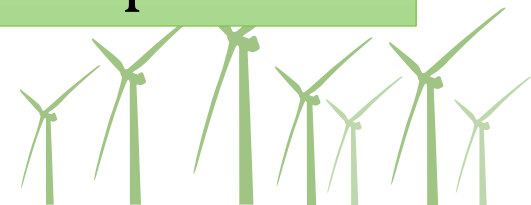
SWOT

Strength (S) → karakteristik positif internal yg dapat memberikan keuntungan / kelebihan dibandingkan dgn lainnya.

Opportunity (O) → karakteristik dari lingkungan eksternal yg berpotensi untuk membantu usaha mencapai tujuan & berkembang.

Weakness (W) → karakteristik negatif internal yg dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi.

Threat (T) → karakteristik lingkungan eksternal yg dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategis yg ditetapkan.



FAKTOR INTERNAL

- ❑ PRODUKSI
- ❑ MANAJEMEN
- ❑ KEUANGAN / MODAL
- ❑ SUMBERDAYA MANUSIA
 - ❑ LOKASI
 - ❑ PEMASARAN

FAKTOR EKSTERNAL

- ❑ EKONOMI
- ❑ SOSIAL
- ❑ BUDAYA
- ❑ TEKNOLOGI
- ❑ IKLIM
- ❑ KEBIJAKAN PEMERINTAH
- ❑ PESAING



SUMBER DATA /TEKNIK PENGAMBILAN KEPUTUSAN YANG DAPAT DIGUNAKAN

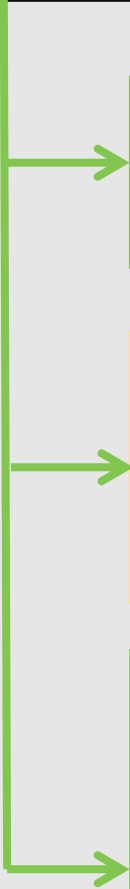
- ❑ Data sekunder → berbagai instansi/lembaga yg terkait, publikasi, dll.
- ❑ Data primer:
 - * Responden secara individu (umum/informan kunci)
 - * Responden secara kelompok (FGD)
 - * Pengamatan langsung / survei



Dalam analisa SWOT, tidak hanya tahapannya saja yang harus diperhatikan, responden juga sangat perlu diperhatikan untuk mendapatkan hasil terbaik. Hal-hal yang perlu diperhatikan :

1. Objektif → tidak menutupi kekurangan yang ada dan tidak mengagungkan organisasi/perusahaan berlebihan.
2. Realistis → Sikap atau tindakan yang bersifat nyata serta sewajarnya.
3. Jujur → Keselarasan antara apa yang disampaikan dengan kenyataan yang ada.
4. Pakar → Memiliki keilmuan, pengetahuan, dan pengalaman tentang hal yang dianalisis.
5. Rendah hati → Selalu terbuka dalam menerima nasihat, kritik maupun saran.

BAGAIMANA CARA MELAKUKAN ANALISIS SWOT ?



Pertama, memahami kekuatan dan kelemahan organisasi atau usaha (lingkungan internal).

Kedua, mempelajari lingkungan organisasi dan memahami peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan itu (lingkungan eksternal).

Ketiga, menganalisis kekuatan mana yang dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang khusus, dan kelemahan mana yang dapat membuat rawan pada saat menghadapi ancaman tertentu , sehingga dapat merencanakan rencana strategis yang lebih baik.

TAHAPAN ANALISIS SWOT

1.

- **Identifikasi faktor eksternal dan internal**

2.

- **Buat matriks SWOT**

3.

- **Tentukan strategi prioritas**

1. IDENTIFIKASI FAKTOR LINGKUNGAN



FOKUS
INTERNAL

KEKUATAN

*Apa yang dilakukan
dengan baik?*

KELEMAHAN

*Apa yang salah
sekarang?*

FOKUS
EKSTERNAL

PELUANG

*Kemungkinan apa yang
ada?*

ANCAMAN

*Apa yang dapat menjadi
salah?*



Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR INTERNAL

Strength (Kekuatan)

- a. Apa kelebihan / keunikan / keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh usaha Anda ?
- b. Aset apa yang Anda miliki di tim / usaha Anda, seperti pengetahuan, pendidikan, jaringan, keterampilan, dan reputasi?
- c. Aset fisik apa yang Anda miliki, seperti pelanggan, peralatan, teknologi, pendanaan, dan paten produk?



FAKTOR KEKUATAN

1. Produk yang dihasilkan berkualitas
2. SDM melek teknologi
3. SDM yang banyak dan terampil
4. Lokasi industri dekat dengan pemasok bahan baku
5. Pemasaran dilakukan oleh pembeli melalui kerjasama

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR INTERNAL

Weakness (Kelemahan)

- Hal apa yang harus ditingkatkan pada usaha Anda?
- Hal apa yang harus dihindari oleh usaha Anda?
- Apa kelemahan yang dilihat maupun dirasakan oleh konsumen dari usaha Anda?
- Faktor apa yang dapat menurunkan penjualan usaha Anda?
- Apa yang telah dilakukan pesaing Anda sehingga usaha mereka lebih baik dari usaha Anda?



FAKTOR KELEMAHAN

1. Ketersediaan bahan baku sedikit
2. Keterbatasan Modal
3. Sumberdaya berpendidikan rendah
4. Petani tidak paham teknologi
5. Akses jalan menuju agroindustri jelek/rusak

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL

Opportunity (Peluang)

- Kesempatan apa yang bisa Anda lihat dan berhubungan dgn usaha Anda ?
- Tren apa yang saat ini sedang berlangsung yang sesuai dengan bisnis/usaha Anda?



FAKTOR PELUANG

1. Permintaan konsumen terhadap produk meningkat
2. Kepuasan konsumen & loyalitas tinggi
3. Pemanfaatan teknologi oleh agroindustri
4. Bantuan teknologi dari Pemerintah
5. Subsidi pupuk / saran produksi usahatani

Tahap 1 :

Identifikasi faktor eksternal dan internal

CONTOH DAFTAR PERTANYAAN ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL

Threat (Ancaman)

- Perkembangan apa yang berpotensi menjadi ancaman untuk usaha Anda ?
- Apa hambatan yang sekarang sedang dihadapi ?
- Hal apa yang telah dilakukan oleh pesaing bisnis Anda?
- Apakah ada perubahan / kebijakan dari pemerintah yang bisa mengancam perkembangan bisnis Anda?



FAKTOR ANCAMAN

1. Munculnya pesaing agroindustri yang sejenis dengan produksi skala besar
2. Perkembangan teknologi sulit diikuti karena memerlukan biaya tinggi
3. Harga bahan baku yang cukup tinggi
4. Ongkos angkut mahal
5. Sedikitnya dukungan pemerintah terhadap agroindust
6. Pabrik terbatas dalam menerima jumlah bahan baku petani

Tahap 2 : MATRIKS SWOT



Matriks SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pelaku usaha mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman)

-David , 2009-

Matriks SWOT

SWOT	Strengths (S) Tentukan faktor yang menjadi kekuatan	Weakness (W) Tentukan faktor yang menjadi kelemahan
Opportunities (O) Tentukan faktor yang menjadi peluang	Strategi (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan faktor yang menjadi ancaman	Strategi (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mengatasi ancaman

1. Sel SO : Comparative Advantages

Sel ini merupakan pertemuan dua elemen kekuatan dan peluang sehingga memberikan kemungkinan bagi suatu organisasi untuk bisa berkembang lebih cepat.

2. Sel ST: Mobilization

Sel ini merupakan interaksi ancaman dan kekuatan. Di sini harus dilakukan upaya mobilisasi sumber daya yang merupakan kekuatan organisasi untuk memperlunak ancaman dari luar tersebut, bahkan kemudian merubah ancaman itu menjadi sebuah peluang.

3. Sel WO : Divestment atau Investment

Sel ini merupakan interaksi antara kelemahan organisasi dan peluang dari luar. Situasi seperti ini memberikan suatu pilihan pada situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan namun tidak dapat dimanfaatkan karena kekuatan yang ada tidak cukup untuk menggarapnya. Pilihan keputusan yang diambil adalah (melepas peluang yang ada untuk dimanfaatkan organisasi lain) atau memaksakan menggarap peluang itu (investasi).

4. Sel WT : Damage Control

Sel ini merupakan kondisi yang paling lemah dari semua sel karena merupakan pertemuan kelemahan organisasi dengan ancaman dari luar, dan karenanya keputusan yang salah akan membawa bencana yang besar bagi organisasi. Strategi yang harus diambil adalah Damage Control (mengendalikan kerugian) sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

MATRIKS ANALISIS SWOT USAHATANI UBI JALAR

Sumber : Masyruri, 2017

EFAS IFAS	STRENGHT (S)	WEAKNESS (W)
	1. Sumberdaya manusia yang berpengalaman 2. Lahan pertanian yang cocok untuk ditanami ubi jalar 3. Sarana usahatani yang cukup memadai	1. Penggunaan bibit yang berkualitas kurang baik 2. Skala usahatani kecil 3. Teknologi usahatani masih sederhana
OPPURTUNITIES (O)	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
1. Sebagai diversifikasi pangan pengganti beras 2. Permintaan pasar masih tinggi 3. Informasi pasar	1. Meningkatkan kualitas dan volume produksi ubi jalar dengan cara perberdayaan petani 2. Mengupayakan kerja sama dengan produsen makanan olahan ubi jalar	1. Mempergunakan bibit unggul untuk bisa lebih mengoptimalkan produksi 2. Memperluas skala lahan untuk melakukan proses usahatani ubi jalar
TREATS (T)	STRATEGI S-T	SRATEGI W-T
1. Persaingan pasar 2. Harga pupuk mahal 3. Perubahan cuaca	1. Memperluas area pemasaran 2. Melakukan perawatan yang lebih intensif dalam menghadapi perubahan cuaca	1. Lebih mengoptimalkan usahatani pada saat keadaan cuaca mendukung 2. Membuat alternatif berupa pupuk organik agar bisa meningkatkan produksi ubi jalar

Tahap 3.

Menentukan Strategi Prioritas

- **DISKUSI TIM / FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)**
- **SESUAIKAN DENGAN VISI MISI , TUJUAN USAHA JANGKA PENDEK/URGENT**



DAFTAR PUSTAKA



David, F. R. 2009. *Manajemen Strategi : Konsep (Edisi 12)*. Salemba Empat. Jakarta.

Masyruri, F. 2017. Analisis Ekonomi dan Strategi Pengembangan Usahatani Ubi Jalar di Kecamatan Panti Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember.

Rangkuti, F. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis : Analisis SWOT (Cara, Perhitungan Bobot, dan OCAI)*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Yuk, bersama jadi *advisor* pendamping UMKM naik kelas !

Thank You

Contoh Matriks SWOT (1)

Analisis Matriks SWOT Pengembangan Agribisnis Ubi Kayu Berbasis Hilirisasi Industri
di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang (Nainggolan, Pujiastuti, Ginting, dan Siahaan, 2018)

Strength (S) dan Weakness (W) Opportunity (O) dan Treath (T)		Strength (S)	Weakness (W)
		1 Sumber daya lahan cukup tersedia untuk pengembangan dalam skala yang lebih luas 2 Mayoritas lahan milik petani sendiri 3 Peluang pasar untuk industri pengolahan tepung (mokaf), hingga ekspor 4 Kelompok tani telah terbentuk 5 Dukungan pemerintah daerah untuk sentra pengembangan ubi kayu dan inisiasi pengembangan industri pengolahan 6 Potensi pengembangan ekonomi wilayah	1 SDM belum terlatih, penyuluhan masih kurang 2 Minim penggunaan teknologi, industri pengolahan sederhana, dan peningkatan nilai tambah belum berjalan dengan baik 3 Infrastruktur dan sarana/prasarana belum mendukung pengembangan industri pengolahan. 4 Pengolahan 5 Penggunaan bibit lokal masih dominan. 6 Koperasi/ kemitraan tidak berjalan dengan optimal
Opportunity (O)	1 Terbuka peluang pasar lokal/ tradisional dan sebagai bahan baku industri termasuk untuk ekspor 2 Meningkatkan kegiatan diversifikasi produk akhir 3 Peningkatan nilai tambah untuk pangan/non pangan untuk perolehan keuntungan yang signifikan 4 Pengembangan industri pengolahan, termasuk penyerapan tenaga kerja 5 Subsidi pemerintah; pupuk/ bibit/ penyuluhan 6 Peningkatan pertumbuhan ekonomi wilayah	S-O 1 Mengembangkan industri pengolahan hasil pertanian ubi kayu dengan menggunakan tenaga kerja yang tersedia melalui pelatihan. 2 Inisiasi peningkatan nilai tambah produk ubi kayu yang lebih baik dan pengembangan industri berbasis bioteknologi 3 Peningkatan jumlah industri pengolahan hasil yang berbasis UMKM serta pengemangan jaringan kemitraan.	W-O 1 Penyediaan peralatan dan teknologi tepat guna 2 Penerapan penangkapan ikan yang berkelanjutan 3 Peningkatan suplai bahan baku melalui peningkatan potensi perikanan di wilayah dengan nilai LQ yang tinggi 4 Penerapan teknologi budidaya yang lebih baik 5 Peningkatan pendirian industri perikanan yang memiliki nilai tambah dan upaya diversifikasi produk yang tinggi 6 Peningkatan sertifikasi kelayakan pengolahan (SKP)
Threat (T)	1 Harga bahan baku impor bersaing 2 Produk industri pengolahan berbahan baku ubi kayu dengan kualitas belum baik dan nilai tambah rendah 3 Harga produk/ ubi kayu di tingkat petani sangat rendah 4 Biaya transportasi dari sentra produksi sangat tinggi 5 Akses modal (bank, dan lembaga lain) sangat terbatas. 6 Serangan HPT bersifat endemik	S-T 1 Menjamin akses permodalan dan insentif fiskal bagi usaha kecil menengah (UMKM) untuk peningkatan produksi yang berdaya saing 2 Meningkatkan peran pemerintah daerah dalam mengawasi food safety produk/ hasil olahan/ industri/ UMKM 3 Penguatan rantai pasok, kemitraan untuk pengembangan pasar.	W-T 1 Pembangunan infrastruktur pada wilayah sentra produksi yang tinggi. 2 Peningkatan jaminan mutu produk/ bahkan keamanan pangan, hasil olahan industri/UMKM. 3 Akselerasi pengembangan pusat pertumbuhan industri untuk meningkatkan nilai tambah. 4 Meningkatkan akses permodalan baik dari pemerintah/ swasta/ dan lembaga keuangan lainnya (lokal/daerah)

Contoh Matriks SWOT (2)

Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Tepung Tapioka di Kabupaten Pati
(Hafidhoh, Rusdarti, dan Oktavilia, 2021)

IFAS EFAS	Kekuatan (strength)	Kelemahan (weakness)
	1. Pengalaman berusaha 2. Bahan baku 3. Lokasi usaha 4. Kualitas Tinggi 5. Kepuasan konsumen 6. Pangsa pasar luas	1. Modal 2. Promosi 3. Stok bahan baku 4. kerjasama 5. Tenaga kerja 6. Manajemen usaha
Peluang (Opportunities) 1. Permintaan tinggi 2. Peluang pasar 3. Akses modal 4. Dukungan pemerintah 5. Kesetiaan pelanggan 6. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat	Strategi SO 1. Memanfaatkan ketersediaan dan lokasi bahan baku untuk menunjang tingginya permintaan 2. Meningkatkan kualitas produk untuk menambah pangsa pasar 3. Meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan pemerintah	Strategi WO 1. Menambah strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi untuk pengembangan pangsa pasar. 2. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memaksimalkan hasil produksi. 3. Mengembangkan sistem manajemen usaha dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.
Ancaman (Threats) 1. Harga ketela 2. Pedagang ketela lebih meilih menjual ke daerah lain 3. Pesaing 4. Kondisi ekonomi tidak stabil 5. Persaingan harga di pasar 6. Perputaran arus kas	Strategi ST 1. Mengendalikan sistem manajemen persediaan bahan baku untuk menghadapi persaingan harga di pasar dan pesaing yang bebas keluar masuk tanpa hambatan 2. Mengembangkan kreativitas dan inovasi agar mampu bersaing dengan produk pesaing.	Strategi WT 1. Meningkatkan kemampuan manajerial berusaha 2. Menjaga hubungan baik dengan para makelar agar mampu bersaing di pasar.

Contoh Matriks SWOT (3)

Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Pengolahan Ubi Kayu (Iriana, Facrizal, Sembiring, 2021)

INTERNAL EKSTERNAL	KEKUATAN (STRENGTH) 1. Ketersediaan bahan baku ubi kayu 2. Tenaga kerja yang memiliki keahlian 3. Tenaga kerja yang berpendidikan 4. Ketersediaan tenaga kerja 5. Memiliki harga yang baik 6. Daya tahan hasil olahan ubi kayu baik	KELEMAHAN 1. Kurangnya manajemen usaha 2. Kurangnya jaringan pemasaran dan kemampuan untuk melakukan promosi 3. Musim mempengaruhi produksi 4. Olahan yang dihasilkan tidak banyak
PELUANG 1. Adanya permintaan pasar 2. Adanya dukungan dari pemerintah kampung dan masyarakat setempat 3. Memiliki izin usaha 4. Dukungan hukum adat 5. Harga bahan baku stabil 6. Tidak ada fluktuasi harga olahan ubi kayu harga relatif stabil	➤ Memanfaatkan SDM dan SDA untuk meningkatkan produksi (S1+S2+S3+S4+O1). ➤ Melibatkan pemerintah setempat dalam proses pemasaran melalui pelatihan sistim online (S5 +O2+ O3+O4+O5). ➤ Peningkatan produksi dalam memenuhi permintaan pasar (S6+ O6)	➤ Mengadakan pelatihan mengenai manajemen usaha, sistim pemasaran dan promosi produk bagi pelaku usaha yang memiliki izin usaha. (W1+W2+w3+O1+O2+O 3+O4) ➤ Meningkatkan kualitas dan produksi pengolahan ubi kayu untuk memperluas dan memenuhi permintaan pasar (W3+W4++O5+O6)
ANCAMAN 1. Kurangnya sosialisasi, pelatihan dan motivasi dari pemerintah 2. Kurangnya saprodi dan peralatan dari pemerintah 3. Sertifikasi terhadap hasil olahan ubi kayu 4. Kurangnya adanya pendampingan 5. Kurangnya bantuan permodalan	➤ Pemerintah ikut serta dalam industri pengolahan ubi kayu dengan cara memberikan pendampingan pendidikan informal kepada pengolahan ubi kayu. (S1+S4+T1+T4). ➤ Adanya bantuan permodalan untuk memajukan hasil olahan ubi kayu dengan hasil olahan yang baik. (S6+T5).	➤ Pemerintah memberikan bantuan saprodi yang dikontrol oleh pemerintah agar dapat memaksimalkan potensi dari industri pengolahan ubi kayu. (W3+W4+T2+T1) ➤ Peningkatan teknologi pengawetan pengolahan ubi kayu. (W3+W4+T3

CONTOH MATRIKS SWOT (4)

STRATEGI PENINGKATAN PRODUKSI UBI KAYU (Rahmadhani, 2020)

IFAS	Kekuatan (<i>Strengths</i>) Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	
	1. Kinerja Penyuluh	1. Subsidi Pupuk 2. Bantuan Modal 3. Pelatihan
EFAS		
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi SO	Strategi WO
1. Ketersediaan Modal Petani 2. Permintaan Ubi Kayu 3. Sarana Prasarana 4. Kapasitas Pabrik	1. Membina petani untuk terus menanam ubi kayu agar kapasitas pabrik yang ada dapat dioptimalkan (S1, O4)	1. Memperbaiki sistem pendistribusian bantuan modal agar mampu memperkuat permodalan usahatani (W2, O1) 2. Memperbaiki sistem pelatihan dengan meningkatkan kemampuan petani dari panen hingga pasca panen sehingga permintaan dapat dipenuhi (W3, S2, S4)
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT
1. Luas Lahan 2. Aplikasi Pupuk 3. Aplikasi Pestisida 4. Kemitraan 5. Harga Jual	1. Melakukan pengawasan yang lebih ketat terhadap petani binaan dalam penggunaan pupuk dan pestisida (S1, T2, T3) 2. Membantu petani dalam pengadaan bentuk kerjasama yang dapat menguntungkan petani (S1, T4, T5)	1. Melakukan pelatihan dengan metode yang lebih baik agar petani dapat menggunakan pupuk dan pestisida dalam jumlah yang paling optimal (W3, T2, T3) 2. Membantu petani dalam penyusunan dokumen pengajuan bantuan modal (W2, T1) 3. Mengoptimalkan sistem pendistribusian subsidi pupuk agar dapat menekan biaya produksi serta meningkatkan laba yang diterima petani (W1, T5) 4. Menambahkan informasi mengenai pemasaran terkait harga jual dan kerjasama (kemitraan) di dalam pelatihan (W3, T3, T4)