

STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TRADISIONAL DADIAH DI PROVINSI SUMATERA BARAT

TRADITIONAL DADIAH AGROINDUSTRY DEVELOPMENT STRATEGY IN WEST SUMATRA PROVINCE

Kurnia Harlina Dewi^{1*}, Rina Yenrina¹, dan Nurul Hathiqa²

¹ Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas, Sumatera Barat, Indonesia

² Jurusan Teknologi Pertanian (S2), Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas, Sumatera Barat, Indonesia

*Email korespondensi: kurniaharlinadewi@ae.unand.ac.id

Diterima 30-10-2023, diperbaiki 21-04-2025, disetujui 26-05-2025

ABSTRACT

Dadiah is a traditional food from West Sumatra that is almost extinct and unknown to the younger generation. After conducting research on mapping, added value and consumer preferences for dadiah, efforts were made to ensure that products based on local wisdom could survive, product development was carried out. For this reason, this research aims to obtain the position and development strategy of the Dadiah agro-industry in West Sumatra Province. This research was conducted using a quantitative descriptive method, with a deliberate purposive sampling of 35 people, namely entrepreneurs, research experts, supporting institutions, and consumer preference panelists. The strategic position of Dadiah agro-industry in West Sumatra Province is in the cell, namely concentration of growth through horizontal integration. This position shows that dadiah products are superior products for agro-industries that develop products or services. The strategy for developing dadiah products in West Sumatra Province is by promoting, developing dadiah food that has a long shelf life, setting lower prices than competitors, obtaining permits to expand the market.

Keywords: *dadiah agroindustry, SWOT analysis, traditional food*

ABSTRAK

Dadiah merupakan salah satu makanan tradisional Sumatera Barat yang nyaris puna dan tidak dikenal oleh generasi muda. Setelah dilakukan penelitian tentang pemetaan, nilai tambah dan preferensi konsumen terhadap dadiah, maka upaya agar produk berbasis kearifan local dapat bertahan, dilakukan pengembangan produk. Untuk itu Penelitian ini bertujuan mendapatkan posisi dan strategi pengembangan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif, dengan pengambilan sample ditentukan secara sengaja (purposive sampling) sebanyak 35 orang, yaitu pengusaha dadiah, pakar peneliti, lembaga pendukung, dan panelis preferensi konsumen. Posisi strategis agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat berada pada sel V yakni *growth* konsentrasi melalui integrasi horizontal. Posisi ini menunjukkan bahwa produk dadiah yang menjadi produk unggulan agroindustri yang dikembangkan produk atau jasa. Strategi pengembangan produk dadiah di Provinsi Sumatera Barat

dengan cara promosi, mengembangkan olahan dadiah yang memiliki umur simpan yang lama, penetapan harga yang murah dari pesaing, pengurusan perizinan untuk dapat memperluas pasar.

Kata kunci: agroindustri dadiah, analisis SWOT, makanan tradisional

PENDAHULUAN

Dadiah adalah produk olahan susu kerbau tradisional, memiliki potensi sebagai penunjang peningkatan konsumsi susu sebab telah lama dikenal dan dikonsumsi sehingga mudah diterima dan intoleran susu bisa dihindari. Jenis makanan yang menggunakan bahan baku lokal, diproduksi oleh masyarakat local disebut sebagai makanan tradisional, sebagai industri kecil yang menjadi identitas masyarakat setempat (Hasnita et al, 2018). Pengolahan makanan tradisional memakai cara yang tradisional untuk menjaga tekstur dan rasa yang sama (Prabandari et al, 2022).

Pengolahan makanan tradisional berbahan baku susu kerbau di Provinsi Sumatera Utara adalah dali ni horbo (keju batak) (Nasution et al, 2020), di Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan adalah dangke atau keju Sulawesi (Hasnita et al, 2018), sedangkan di Sumbawadi, Provinsi Nusa Tenggara Barat adalah permen susu kerbau (Saputrayadi et al, 2021) dan di Provinsi Sumatera Barat adalah dadiah (yogurt minang).

Dadiah merupakan produk susu fermentasi yang berpotensi sebagai probiotik. Dadiah mengandung protein 6,99%, kandungan lemak 8,08%, laktosa 5,29%, vitamin A dan 16 jenis asam amino. Jenis asam amino pada dadiah terdiri dari 13 asam amino esensial dan 3 asam amino non esensial (Usmiati & Risfaheri, 2013). Penyajian dadiah di Sumatera Barat, biasanya disajikan dengan penambahan ketan dan gula merah yang dikenal dengan nama ampiang dadih. Yona, 2018). Pemasaran dadiah hanya dijual ke pasar-pasar terdekat, belum adanya teknologi diversifikasi produk turunan, dan agroindustri dadiah berbasis

tradisional (Suresti et al, 2018), sedangkan umur simpan dadiah relative pendek.

Dewi et al (2020) telah dikaji pemetaan agroindustri dadiah di Sumatera Barat dan mengidentifikasi bahan dan proses pada produksi dadiah (Dewi et al, 2021). Selain itu, juga telah membandingkan nilai tambah pada usaha dadiah di berbagai sentra produksi dadiah (Hathiqah et al, 2022). Survei konsumen menunjukkan bahwa banyak generasi muda yang tidak mengenal dadiah (Dewi et al, 2023).

Keunggulan Dadiah sebagai produk kearifan local sudah banyak dikaji (Daswati, et al; 2009; Dhalmi, 2011; Diza dan Anggraini, 2020). Akan tetapi strategi pengembangan belum dikaji. Oleh karena itu pengembangan agroindustri dadiah perlu dilakukan, seperti halnya dalam mengembangkan produk susu segar Kusrini (2022) dan Kasmanto (2018).

Rangkuti (2016), strategi merupakan alat (sarana) untuk mencapai tujuan, hubungannya dengan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumberdaya. Salah satu langkah yang diterapkan dalam perencanaan dan penyusunan strategi yang berdasarkan proses manajemen strategis. Perkembangan agroindustri memerlukan manajemen strategis yang disusun dengan melihat lingkungan internal dan eksternal dari usaha tersebut berdasarkan analisis SWOT.

Analisis SWOT yang merupakan akronim dari *Strength, Weakness, Threats dan Opportunity* (kekuatan, kelemahan, peluang dan Ancaman), digunakan untuk menganalisis prospek pengembangan suatu usaha. Dengan mendapatkan Faktor internal suatu usaha (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Maka dapat diperoleh posisi perusahaan dan strategi yang

dilakukan perusahaan. Permasalahannya adalah belum ada analisis SWOT untuk strategi pengembangan Dadiah di Sumatera Barat. Maka, tujuan penelitian ini adalah mendapatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dadiah, sehingga biasa dirumuskan strategi pengembangan agroindustri tradisional dadiah di Provinsi Sumatera Barat.

METODE PENELITIAN

Bahan dan Alat.

Bahan pada penelitian ini adalah kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan, dan *software microsoft excel* 2010 dan program komputer lainnya.

Metode Penelitian

Bentuk penelitian

Penelitian ini berbentuk deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif meliputi mendeskripsikan atau menggambarkan indikator pada analisis SWOT secara deskriptif. Analisis secara kuantitatif dengan analisis SWOT kuantitatif.

Pengambilan Sampel

Sampel ditentukan dengan cara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan tingkat kepentingan, pengetahuan, pemahaman serta pengalaman mengenai agroindustri dadiah rumahan di Provinsi Sumatera Barat. Sumber dan jumlah responden terdiri atas : Pengusaha sebanyak 31 orang, pakar peneliti 3 orang, lembaga pendukung (Dinas Peternakan) 1 orang,

Sumber data. Data penelitian terdiri atas : data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian seperti kondisi umum, sejarah, dan profil wilayah penelitian. Data sekunder merupakan data pelengkap diperoleh dari studi pustaka dengan menggunakan data publikasi dari sumber dan instansi yang relevan terhadap penelitian. Sumber data sekunder yaitu

buku, artikel, hasil penelitian, data dari Badan Pusat Statistik, data dari Kementerian Pertanian dan literatur pendukung lainnya.

Analisis Data

Analisis SWOT diperoleh dari menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal agroindustri dadiah yang ada di Sumatera Barat. Faktor-faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner pada kepada responden. Responden terkait meliputi agroindustry/UKM dadiah sebanyak 5 orang, pakar peneliti dadiah Universitas andalas 3 orang, Staf Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sumatera Barat 1 orang

Tahapan Penelitian.

Tahapan analisis SWOT terdiri atas 1) penentuan matriks IFAS dan EFAS dianalisis secara deskriptif, 2) pembobotan dan rating dianalisis secara kuantitatif, 3) mengetahui kuadran berdasarkan matrik IE dianalisis secara deskriptif, dan 4) penentuan matriks SWOT dianalisis secara deskriptif. Tahapan analisis SWOT pada agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat merujuk kepada Rangkuti (2016) sebagai berikut:

Identifikasi lingkungan internal dan eksternal pemasaran. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal bertujuan untuk mengetahui keunggulan strategi agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat. Memanfaatkan kekuatan yang ada pada agroindustri untuk meminimalisir kelemahan yang ada. Mengupayakan peluang agroindustri dadiah untuk menyikapi ancaman bisnis yang dihadapi. Lingkungan internal agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat.

Setelah identifikasi lingkungan internal dan eksternal pemasaran agroindustri dadiah pada setiap sentra

agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat selanjutnya dibuat kuisisioner SWOT pada. Kuisisioner SWOT ditanyakan kepada responden sebanyak 9 orang. Setelah pengisian kuisisioner oleh pihak terkait dan pakar dengan nilai menggunakan skala prioritas mulai dari sangat penting (4), penting (3), tidak penting (2) dan sangat tidak penting (1).

Faktor lingkungan strategis internal disajikan dalam bentuk matrik IFAS. Bobot dan rating dikalikan kemudian diperoleh skor. Faktor lingkungan strategis eksternal disajikan dalam bentuk matrik pada EFAS. Bobot dan rating dikalikan kemudian diperoleh skor. Dari matrik IFAS dan EFAS diperoleh matrik IE untuk memperoleh posisi strategis agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat. Selanjutnya dari matrik IE, diperoleh matrik SWOT sebagai penentu strategi yang tepat untuk agroindustri dadiah pada saat sekarang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matrik Faktor Strategi Internal (Matrik IFAS)

Faktor lingkungan strategis internal disajikan dalam bentuk matrik IFAS. Bobot dan rating dikalikan kemudian diperoleh skor disajikan dalam matriks disajikan pada Tabel 1. Berdasarkan Tabel 1 matrik IFAS diperoleh dari hasil faktor lingkungan internal lingkungan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat ada 7 faktor kekuatan dan 9 faktor kelemahan untuk mengetahui posisi strategis pengembangan dadiah di Provinsi Sumatera Barat.

Faktor kekuatan yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah makanan fungsional yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan dan tidak menggunakan bahan tambahan pangan. Faktor kelemahan yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah belum adanya SOP, SNI, Izin Edar dan Izin BPOM. Hal ini menunjukkan perlu adanya

pengembangan agroindustri di Provinsi Sumatera Barat dengan bantuan dari pihak terkait atau pemerintah untuk penyediaan sarana dan prasarana yang dapat menunjang dan mempermudah dalam perizinan.

Total nilai faktor kekuatan lebih tinggi yaitu sebesar 3,83, dibandingkan faktor kelemahan yaitu sebesar -1,80. Nilai faktor total kekuatan lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat memiliki kekuatan yang lebih dibandingkan kelemahan agroindustri.

Matrik Faktor Strategi Eksternal (Matrik EFAS)

Faktor lingkungan strategis eksternal disajikan dalam bentuk matrik pada EFAS. Bobot dan rating dikalikan kemudian diperoleh skor disajikan dalam matriks disajikan pada Tabel 2.

Matrik Faktor Strategi Internal Eksternal (Matrik IE)

Dari matrik IFAS dan EFAS diperoleh matrik IE untuk memperoleh posisi strategis agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat disajikan pada Tabel 3. Dari matrik IE maka diperoleh matrik SWOT sebagai penentu strategi yang tepat untuk agroindustri dadiah pada saat sekarang. Berdasarkan Tabel 2 (matrik EFAS) diperoleh dari hasil faktor lingkungan eksternal lingkungan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat ada 5 faktor peluang dan 5 faktor ancaman untuk mengetahui posisi strategis pengembangan dadiah di Provinsi Sumatera Barat.

Faktor peluang yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah makanan tradisional yang menjadi ciri khas daerah di Provinsi Sumatera Barat, konsumsi dadiah dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi, dan perkembangan teknologi internet. Hal ini menunjukkan

promosi menggunakan sosial media dengan memperkenalkan keunggulan-keunggulan dadiah sebagai makanan tradisional untuk pengganti susu sapi bagi yang alergi susu sapi.

Faktor ancaman yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah lingkungan alam mempengaruhi jumlah bahan baku. Hal ini menunjukkan

ketersediaan bahan baku musiman dan dipengaruhi oleh iklim dan waktu disebabkan ternak kerbau menyusui anaknya yang dapat diperah air susunya sebagai bahan baku dadiah. Total nilai faktor peluang lebih tinggi yaitu sebesar 3,96, dibandingkan faktor kelemahan ancaman yaitu sebesar -1,93.

Tabel 1. Matrik IFAS Agroindustri Dadiah di Provinsi Sumatera Barat

No. Faktor Strategis Internal	Bobot	rating	Skor
Kekuatan			
1. Harga bahan baku murah	0,14	3,78	0,53
2. Makanan fungsional yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan	0,15	4,00	0,60
3. Proses produksi ramah lingkungan	0,15	3,89	0,56
4. Harga produk terjangkau untuk semua kalangan	0,14	3,67	0,50
5. Hubungan agroindustri tetap terjaga dengan konsumen	0,14	3,78	0,53
6. Ketersediaan bahan penunjang	0,14	3,67	0,50
7. Tidak menggunakan bahan tambahan pangan	0,15	4,00	0,60
Total	1,00		3,83
Kelemahan			
1. Belum ada struktur organisasi yang terstruktur	0,09	-1,33	-0,11
2. Belum ada SOP, SNI, Izin Edar dan izin BPOM	0,14	-2,22	-0,32
3. Segmentasi pasar terbatas	0,10	-1,56	-0,15
4. Tidak ada pencatatan keuangan agroindustri	0,10	-1,56	-0,15
5. Bahan baku utama terbatas	0,11	-1,67	-0,18
6. Tenaga kerja dengan tingkat pendidikan rendah	0,09	-1,33	-0,11
7. SDM mengolah menggunakan teknologi konvensional atau tradisional	0,12	-1,89	-0,23
8. Promosi terbatas	0,13	-2,11	-0,28
9. Produk memiliki umur simpan terbatas	0,13	-2,00	-0,26
Total	1,00		-1,80

Keterangan: Total Skor IFAS = Total Skor Kekuatan + Total Skor Kelemahan
 Total Skor IFAS Agroindustri Dadiah = 3,83 + (-1,80) = 2,03

Nilai faktor total peluang lebih tinggi dibandingkan faktor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat lebih tinggi dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri. Berdasarkan matrik IFAS diperoleh dari hasil faktor lingkungan internal lingkungan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera

Barat ada 7 faktor kekuatan dan 9 faktor kelemahan untuk mengetahui posisi strategis pengembangan dadiah di Provinsi Sumatera Barat. Faktor kekuatan yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah makanan fungsional yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan dan tidak menggunakan bahan tambahan pangan. Faktor kelemahan yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah belum

adanya SOP, SNI, Izin Edar dan Izin BPOM. Hal ini menunjukkan perlu adanya pengembangan agroindustri di Provinsi Sumatera Barat dengan bantuan dari pihak terkait atau pemerintah untuk penyediaan sarana dan prasarana yang dapat menunjang dan mempermudah dalam perizinan.

Total nilai faktor kekuatan lebih tinggi yaitu sebesar 3,83, dibandingkan

faktor kelemahan kelemahan yaitu sebesar -1,80. Nilai faktor total kekuatan lebih tinggi dibandingkan faktor kelemahan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat memiliki kekuatan yang lebih dibandingkan kelemahan agroindustri. Matrik EFAS agroindustri dadiah di Provisin Sumatera Barat disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Matrik EFAS Agroindustri Dadiah di Provinsi Sumatera Barat

No. Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Respon positif dari lingkungan sosia luar agroindutri	0,20	3,89	0,76
2. Memiliki Sertifikat WTB (Warisan Tak Benda)	0,20	3,89	0,76
3. Makanan tradisional yang menjadi ciri khas daerah di Provinsi Sumatera Barat	0,20	4,00	0,81
4. Komsumsi Dadiah dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi	0,20	4,00	0,81
5. Perkembangan teknologi dan Internet	0,20	4,00	0,81
Total	1,00		3,96
Ancaman			
1. Ketersediaan beragam jenis produksubsitusi dari pesaing	0,19	-1,80	-0,34
2. Lingkungan alam mempengaruhi jumlah bahan baku	0,23	-2,20	-0,50
3. Kurangnya bantuan dan kepedulian pemerintah	0,19	-1,80	-0,34
4. Penurunan jumlah populasi kerbau di Indonesia	0,19	-1,80	-0,34
5. Tren dari masyarakat untuk mencoba makanan kekinian dibandingkan makanan tradisional	0,21	-2,00	-0,42
Total	1,00		-1,93

Sumber: Data diolah 2022

Keterangan: Total Skor EFAS = Total Skor Peluang + Total Skor Ancaman
 Total Skor EFAS Agroindustri Dadiah = 3,96+ (-1,93) = 2,03

Berdasarkan matrik EFAS diperoleh dari hasil faktor lingkungan eksternal lingkungan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat ada 5 faktor peluang dan 5 faktor ancaman untuk mengetahui posisi strategis pengembangan dadiah di Provinsi Sumatera Barat. Faktor peluang yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah makanan tradisional yang menjadi ciri khas daerah di Provinsi Sumatera

Barat, konsumsi dadiah dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi, dan perkembangan teknologi internet. Hal ini menunjukkan promosi menggunakan sosial media dengan memperkenalkan keunggulan-keunggulan dadiah. Faktor ancaman yang memiliki bobot dan rating tertinggi adalah lingkungan alam mempengaruhi jumlah bahan baku. Hal ini

menunjukkan ketersediaan bahan baku musiman.

Total nilai faktor peluang lebih tinggi yaitu sebesar 3,96, dibandingkan faktor kelemahan ancaman yaitu sebesar - 1,93. Nilai faktor total peluang lebih

tinggi dibandingkan faktor ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan agroindustri dadiah lebih tinggi dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi oleh agroindustri.

Tabel 3. Matrik IE Agroindustri Dadiah di Provinsi Sumatera Barat

		Total IFAS		2,03	
		Tinggi	Rata-Rata	Lemah	
Total EFAS	Tinggi (3,0-4,0)	(3,0-4,0)	(2,0-2,99)	(1,00-1,99)	
		I	II	III	
		<i>Growth</i>	<i>Growth</i>	<i>Retrenchment</i>	
		Konsentrasi melalui integrasi vertikal	Konsentrasi melalui integrasi Horizontal	Konsentrasi melalui integrasi horizontal	
	2,02	Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI
			<i>Stability</i>	<i>Growth</i>	<i>Retrenchment</i>
		Hati-hati	Konsentrasi melalui integrasi Horizontal	Divestasi	
	Rendah (1,00-1,99)	VII	VIII	IX	
		<i>Growth</i>	<i>Growth</i>	<i>Retrenchment</i>	
	Diversifikasi konsentrik	Diversifikasi konglomerat	Likuidasi atau bangkrut		

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah dengan memperluas usaha dengan meningkatkan produk dan jasa (Rangkuti, 2016). Cara meningkatkan produk dan jasa dadiah cara mempromosikan melalui sosial media atau melalui bazar produk dadiah sebagai makanan tradisional yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat yang sudah bersertifikat WTB yang memiliki nilai gizi yang baik untuk kesehatan sebagai makanan fungsional yang tidak memiliki bahan tambahan pangan serta dapat pengganti bagi konsumen yang alergi susu sapi, penetapan harga penetapan harga yang lebih murah dari pesaing sehingga meraih loyalitas pelanggan, mengolah produk dadiah dengan olahan yang memiliki umur simpan yang lama sehingga

mempermudah dalam transportasi produk dalam pengembangan pemasaran agar dapat dilakukan kemitraan pemasaran keluar daerah di Provinsi Sumatera Barat, dan mengurus perizinan dari pihak terkait untuk meningkatkan nilai jual dari produk.

Matrik IE terbagi atas 3 bagian, yaitu 1) yang masuk kedalam Sel I, II, dan IV disebut tumbuh dan bina. Strategi yang cocok adalah pengembangan pasar, pengembangan produk dan penetrasi pasar, 2) Masuk sel III, V, dan Sel VII merupakan strategi pertahanan dan pemeliharaan, 3) Masuk ke sel VI, VIII, dan IX adalah panen dan *devestasi*. Paling sukses adalah berada di kuadran posisi sel I. Penentuan posisi usaha dapat ditentukan berdasarkan matrik IE.

Tabel 4. Matrik SWOT Agroindustri Dadih di Provinsi Sumatera Barat

	Strength (S)	Weaknesses (W)
IFAS EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga bahan baku murah 2. Makanan fungsional yang memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan 3. Proses produksi ramah lingkungan 4. Harga produk terjangkau untuk semua kalangan 5. Hubungan agroindustri tetap terjaga dengan konsumen 6. Ketersediaan bahan penunjang 7. Tidak menggunakan bahan tambahan pangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada struktur organisasi yang terstruktur 2. Belum ada SOP, SNI, Izin Edar dan izin BPOM 3. Segmentasi pasar terbatas 4. Tidak ada pencatatan keuangan agroindustri 5. Bahan baku utama terbatas 6. Tenaga kerja dengan tingkat pendidikan rendah 7. SDM mengolah menggunakan teknologi konvensional atau tradisional 8. Promosi terbatas 9. Produk memiliki umur simpan terbatas
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerimaan masyarakat sekitaran agroindustri sangat positif 2. Menjadi produk WTB (warisan Budaya Takbenda) 3. Makanan tradisional yang menjadi ciri khas daerah di Provinsi Sumatera Barat 4. Komsumsi Dadih dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi 5. Perkembangan teknologi dan Internet 	<p>(S1S4S7O2O3O4O5)</p> <p>Mempromosikan dadih sebagai makanan fungsional yang tidak mengandung bahan tambahan pangan dengan harga relatif murah dan dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi yang merupakan makanan tradisional berasal dari Provinsi Sumatera Barat yang memiliki sertifikat WTB dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi</p>	<p>(W1W2W7O3) Membuat dan menyusun struktur organisasi yang jelas, SOP, SNI, Izin edar dan Izin BPOM agar dadih makanan tradisional yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat dapat dikembangkan</p> <p>W6W7W5W9O5O5 Mengelola sistem produksi secara efektif dan efisien dengan memadukan unsur manusia, mesin, manajerial bahan baku, metode kerja, modal kerja dan memasarkan produk seefektif mungkin dengan cara meningkatkan tingkat pendidikan SDM agar dapat menggunakan teknologi pengolahan dadih terstantar dan manajemen ketersediaan bahan baku yang baik sehingga menghasilkan produk dadih yang memiliki umur simpan yang panjang serta meningkatkan promosi melalui sosial media sehingga memasarkan produk secara efektif</p>

Sambungan Tabel 4. Matrik SWOT Agroindustri Dadiah di Provinsi Sumatera Barat

Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Ketersediaan beragam jenis produk substitusi dari pesaing 2. Lingkungan alam mempengaruhi jumlah bahan baku 3. Kurangnya bantuan dan kepedulian pemerintah 4. Pandemi 5. Tren dari masyarakat untuk mencoba makanan kekinian dibandingkan makanan tradisional	(S1,S3,S4,T1,T4) Meningkatkan pasar dengan cara menetapkan harga yang lebih murah dari pesaing karena harga bahan baku murah sehingga biaya produksi dapat ditekan (S4,S5,S6,S7,T1,T4,T5) Membuat produk dikenal pasaran dengan cara menaikkan trend makanan tradisional yang sehat, tanpa bahan tambahan pangan namun dengan harga terjangkau (S1,S6,T2) Memetakan daerah yang mengalami potensi perubahan lingkungan yang akan mengakibatkan penurunan bahan baku (S3,T3) Mempromosikan kepada pemerintah bahwasanya proses produksi agroindustri dadiah memiliki potensi pasar yang baik dengan proses produksi yang ramah lingkungan sehingga akan membantu pemerintah terhadap kepedulian lingkungan terhadap pencemaran industri	W3W9T1T5 Membuat olahan dadiah sesuai dengan segmen pasar yang jelas dan memiliki umur simpan yang panjang agar beragam jenis olahan dadiah dapat di substitusi menjadi produk olahan dadiah yang sesuai dengan tren makanan kekinian bagi masyarakat W2W4W6W9T3 Pemerintah mengadakan BIMTEK pembuatan SOP, SNI, Izin Edar dan Izin BPOM dan sistem pembukuan keuangan agar agroindustri dapat berkembang W5T2 Memperhatikan ketersediaan bahan baku dalam hal kualitas, kuantitas dan kontinuitas karena proses produksi terus berjalan tidak peduli terhadap perubahan lingkungan alam

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh beberapa strategi dalam mengembangkan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat:

Strategi SO

Mempromosikan dadiah sebagai makanan fungsional yang tidak mengandung bahan tambahan pangan dengan harga relatif murah dan dapat dikonsumsi oleh penderita alergi susu sapi yang merupakan makanan tradisional berasal dari Provinsi Sumatera Barat yang memiliki sertifikat WTB dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat promosi.

Strategi WO

Membuat dan menyusun struktur organisasi yang jelas, SOP, SNI, Izin edar dan Izin BPOM agar dadiah makanan tradisional yang berasal dari Provinsi Sumatera Barat dapat dikembangkan: Mengelola sistem produksi secara efektif dan efisien dengan memadukan unsur manusi, mesin, manajerial bahan baku, metode kerja, modal kerja dan memasarkan produk seefektif mungkin dengan cara meningkatkan tingkat pendidikan SDM agar dapat menggunakan teknologi pengolahan dadiah terstantar dan manajemen ketersediaan bahan baku yang baik sehingga menghasilkan produk

dadiah yang memiliki umur simpan yang panjang serta meningkatkan promosi melalui sosial media sehingga memasarkan produk secara efektif

Strategi ST

Meningkatkan pasar dengan cara menetapkan harga yang lebih murah dari pesaing karena harga bahan baku murah sehingga biaya produksi dapat ditekan. Membuat produk dikenal pasaran dengan cara menaikkan trend makanan tradisional yang sehat, tanpa bahan tambahan pangan namun dengan harga terjangkau. Memetakan daerah yang mengalami potensi perubahan lingkungan yang akan mengakibatkan penurunan bahan baku. Mempromosikan kepada pemerintah bahwasanya proses produksi agroindustri dadiah memiliki potensi pasar yang baik dengan proses produksi yang ramah lingkungan sehingga akan membantu pemerintah terhadap kepedulian lingkungan terhadap pencemaran industri

Strategi WT

Membuat olahan dadiah sesuai dengan segmen pasar yang jelas dan memiliki umur simpan yang panjang agar beragam jenis olahan dadiah dapat di substitusi menjadi produk olahan dadiah yang sesuai dengan tren makanan kekinian bagi masyarakat.

Pemerintah mengadakan BIMTEK pembuatan SOP, SNI, Izin Edar dan Izin BPOM dan sistem pembukuan keuangan agar agroindustri dapat berkembang

Memperhatikan ketersediaan bahan baku dalam hal kualitas, kuantitas dan kontinuitas karena proses produksi terus berjalan tidak peduli terhadap perubahan lingkungan alam.

KESIMPULAN

Posisi strategis agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera Barat berada pada sel V yakni *growth*, posisi ini menunjukkan bahwa produk dadiah yang menjadi produk unggulan agroindustri

yang dikembangkan produk atau jasa. Strategi pengembangan produk dadiah di Provinsi Sumatera Barat dengan cara promosi, mengembangkan olahan dadiah yang memiliki umur simpan yang lama, penetapan harga yang murah dari pesaing, pengurusan perizinan untuk dapat memperluas pasar.

Saran

Perlu adanya bantuan pihak terkait yaitu, pemerintah, konsumen, produsen, peternak, dalam pengembangan agroindustri dadiah di Provinsi Sumatera dalam meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas bahan baku, teknologi pengolahan, diversifikasi produk yang memiliki umur simpan yang lama sehingga dapat mengembangkan dan memperluas pemasaran

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor Universitas Andalas, Ketua LPPM dan Dekan Fakultas Teknologi Pertanian atas HIBAH DIPA FATETA Tahun 2022. yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal R, Grassl W, Pahl J. (2012). Meta-SWOT: Introducing A New Strategic Planning Tool. *J Business Strategy* 33,12–21. <https://doi.org/10.1108/02756661211206708>
- Chalid, S. Y., S. Nurbayti., & A. F. Pratama. (2018). Karakteristik dan Uji Aktivitas Protein Susu Kerbau (*Bubalus bubalis*) Fermentasi sebagai Angiotensin Converting Enzyme (ACE) Inhibitor. *Ilmu Kefarmasian Indonesia* 2(16), 214-224.
- Daswati, E., Hidayati., & Elfawati. (2009). Kualitas Susu Kerbau dengan

- Lama Pemeraman yang Berbeda. *Jurnal Peternakan* 6(1),1-7.
- Diza, Y.H., A. Asben., & T. Anggraini. (2020). Isolasi, identifikasi dan Penyiapan Sediaan Kering Bakteri Asam Laktat yang Berpotensi sebagai Probiotik dari Dadih Asal Sijunjung Sumatera Barat. *Litbang Industri* 10(2), 155-164.
- Dewi, K., Harlina, Hasbullah & Nurul Hathiqah. (2020). Pemetaan Agroindustri “Dadiah” Makanan Tradisional Suku Minang Kabau. *Prosiding Seminar Nasional Agroindustri 2020*. Jurusan Teknologi Industri Pertanian. ISBN 978-623-6877-91-3
- Dewi, Kurnia Harlina, Hasbullah & Hathiqah. (2021). Identification of Raw Materials, Processes and Products from Traditional Agroindustry Dadiah. International Conference on Sustainable Agriculture and Biosystem. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. ISBN/ISSN: 1755-1307. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/757/1/012071>
- Hathiqah, Nurul, Kurnia Harlina Dewi, & Rina Yenrina. (2023). Comparative Analysis of Value-Added Analysis at Five Dadiah Agro-industry Centers in West Sumatra Province. *Asian Journal of Applied Research for Community Development and Empowerment*. ISBN: 2581-0405 Vol 7. No 1. Hal 161-168. Doi : <https://doi.org/10.29165/ajarcde.v7i1.220>.
- Hasnita., R. Rasyid., & Nuraeni. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Usaha Dangke. *Jurnal Wiratani* 1(2), 179-189
- Kusrini, W., A. K. Indrajaya., S. G. Simanjuntak., & T. Puspa. (2022). Analisis Strategi Bisnis pada Olahan Susu Segar House of Milk. *Jurnal Ekonomi Trisakti* 2(2), 555-566.
- Miharja. Kasmanto. (2018). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica* 2(1), 30-38
- Mona, Shinta Ovelia. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Ampiang Dadiah di Buffet-Buffet Sumatera Barat. (Thesis). Padang. Fakultas Peternakan. Universitas Andalas. 89 hal
- Nasution, M. H. B., S. Ramadhani., & E. Fachrial. (2020). Isolation, Characterization and Antibacterial Activities of Lactic Acid Bacteria Isolated from Batak’s Special Food “Dali Ni Horbo”. *Natur Indonesia* 18(1), 1-11.
- Prabandari, D., K. S. Rayahu., & A. Rizkiriani. (2022). Strategi Pengembangan Kuliner Tradisional Bogor sebagai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Pesona Wisata*, 1(1), 7-13.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. *Gramedia Pustaka Utama*
- Saputrayadi A, Marianah Marianah, Jannatun Alia. *Journal of Agritechnology and Food Processing* 1. ISSN 2809-3607 Vol 1 No 1 (2021) Hal 46-60 [<https://journal.ummat.ac.id/index.php/JAFP/article/view/5821>]
- Suresti, A., N. Salam., & R. Wati. (2018). Pengembangan Usaha Kelompok Produsen Dadiah di Kecamatan Tiltang Kamang. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 1(3), 35-45.

Usmiati, S., & Risfaheri. (2013).
Pengembangan Dadiah sebagai

Pangan Fungsional Asli Sumatera
Barat. *J. Litbang Pert.* 32(1), 20-29