

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN BAWANG MERAH  
(Allium Ascalonicum L.)  
(Di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung)**

<sup>1)</sup>Tanti Indira Dewi Lestari, <sup>2\*)</sup>Yuhanin Zamrodah, <sup>3)</sup>Luhur Aditya Prayudi,  
<sup>4)</sup>Eko Wahyu Budiman

<sup>1,2,3,4)</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan  
Universitas Islam Balitar

Email : [Tantidewi16@gmail.com](mailto:Tantidewi16@gmail.com)

<sup>\*)</sup>[yuhaninzamrodah@yahoo.com](mailto:yuhaninzamrodah@yahoo.com)

**ABSTRAK**

Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tak tertandingi di dunia berkat kekayaan alamnya yang luar biasa. Sektor pertanian adalah salah satu industri unggulan yang harus memaksimalkan potensinya. Bawang merah adalah salah satu produk pertanian yang dihasilkan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal bawang merah, serta strategi pengembangan bawang merah di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Desa Kalidawir adalah salah satu daerah di Kabupaten Tulungagung yang menghasilkan bawang merah. Pada penelitian ini, menggunakan metode purposive sampling dengan 18 responden yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan menunjukkan harga produk bawang merah terjangkau, kelemahannya keterbatasan modal dan SDM petani masih berkurang, peluang dapat meningkatkan pendapatan penduduk, ancaman berupa perubahan iklim, serangan hama, peningkatnya pesaing. Sedangkan hasil analisis IFAS memiliki skor internal kekuatan 1,76 dan skor kelemahan sebesar 1,43, hasil analisis EFAS memiliki skor eksternal peluang sebesar 1,96 dan skor ancaman sebesar 1.52. Berarti produk bawang merah di Desa Kalidawir ini masih mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan ancaman yang ada.

**Kata Kunci** : Bawang merah, Analisis SWOT, Uji validasi, dan Uji realibilitas.

**ABSTRACT**

*Indonesia has an unrivaled comparative advantage in the world thanks to its extraordinary natural wealth. The agricultural sector is one of the leading industries that must maximize its potential. Shallots are one of the agricultural products produced in Indonesia. The aim of this research is to determine the internal and external factors of shallots, as well as strategies for developing shallots in Kalidawir Village, Kalidawir District, Tulungagung Regency. Kalidawir Village is one of the areas in Tulungagung Regency that produces shallots. In this study, a purposive sampling method was used with 18 respondents used in this research. The research results show that. The strengths show that the price of shallot products is affordable, the weaknesses are limited capital and human resources for farmers which are still decreasing, opportunities to increase people's income, threats in the form of climate change, pest attacks, and increasing competitors. While the results of the IFAS analysis have an internal strength score of 1.76 and a weakness score of 1.43, the results of the EFAS analysis have an external opportunity score of 1.96 and a threat score of 1.52. This means that shallot products in Kalidawir Village are still able to take advantage of existing opportunities by minimizing existing threats.*

**Keywords:** Shallots, SWOT analysis, validation test, and reliability test.

**PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tak tertandingi di dunia berkat kekayaan alamnya yang luar biasa terutama dalam sector pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu industri unggulan yang harus memaksimalkan potensinya. Indonesia dapat berkembang

menjadi lumbung pangan dunia berkat lahan pertanian yang luas dan tanah yang subur. Sektor ini telah terbukti berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi negara. Selain sector pangan pertanian di Indonesia juga berkembang di bidang hortikultura seperti tanaman bawang merah. Kondisi alam yang memenuhi kebutuhan bawang merah, produksi bawang merah terus meningkat setiap tahunnya. Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pengusaha tani bawang merah yang sukses. Produksi bawang merah Indonesia terus meningkat dari 2017 hingga 2021, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Produksi mencapai 1,47 juta ton pada tahun 2017 dan terus meningkat bahkan selama pandemi Covid-19 2020, mencapai 1,81 juta ton pada tahun 2021 (BPS, 2021).

Bawang merah adalah salah satu produk pertanian yang dihasilkan di Indonesia. Di Indonesia, bawang merah adalah tanaman hortikultura yang penting yang digunakan sebagai bahan utama dalam masakan. Bawang merah memiliki banyak manfaat, selain digunakan sebagai penyedap rasa, seperti anti bakteri dan anti oksidan. Selain itu, bawang merah mengandung allisin, flavonol, kuersetin, dan kuersetin glikosida, yang memiliki sifat antikoagulan, antibakteri, dan anticendawan (Hatijah, Husain, dan Rauf, 2014). Selain itu, bawang merah mengandung senyawa kimia seperti allisin dan allin, yang berfungsi sebagai antiseptik, dan senyawa pektin, yang berfungsi untuk menghentikan perkembangan bakteri (Jawa, 2016).

Salah satu kawasan pertanian yang membudidayakan bawang merah terletak di Desa Kalidawir Kecamatan Kalidawir di Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Desa Kalidawir dikenal dengan berbagai potensi alam dan pertaniannya, serta beberapa tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Kalidawir juga memiliki sejumlah desa dengan beragam kegiatan masyarakat yang khas dan tradisional. Usaha tani bawang merah di Kalidawir ini tergabung dalam sebuah kelompok tani Tondo Bakti. Kelompok tani ini berfokus pada pengembangan pertanian bawang merah dan telah berhasil meningkatkan hasil panen para anggotanya. Akan tetapi pada kenyataannya dilapangan, para petani yang tergabung dalam kelompok tani ini masih menemui beberapa kesulitan dalam memasarkan produk bawang merahnya, selain infrastruktur yang kurang memadai juga disebabkan para petani kurang bisa membaca peluang dalam melakukan pemasaran bawang merah. Dengan kata lain pengembangan bawang merah di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung ini masih kurang stabil hal ini dikarenakan sistem pemasaran yang tidak efisien, sehingga perlunya dilakukan strategi pengembangan pemasaran yang baik. Strategi pemasaran sangat penting bagi bisnis karena dapat membantu pemilik bisnis berpikir ke depan dengan cara yang inovatif dan kreatif. Kotler and Armstrong (2019) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai metode pemasaran di mana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Selain itu, strategi dapat menyatukan berbagai perspektif yang berbeda dari setiap departemen perusahaan, membantu menejer mengantisipasi faktor eksternal yang tidak pasti dan rumit (Chen, Y., & Jermians, 2014; Didit, D. 2016).

Dari uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui factor internal dan factor eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan pemasaran dan untuk mengetahui strategi pengembangan pemasaran bawang merah yang tepat di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung, agar pendapatan para petani meningkat secara signifikan.

## **METODE**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Tempat penelitian ini adalah Desa Kalidawir, yang terletak di Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai Desember 2023.

### Teknik Penentuan Sampel

Petani komoditas hortikultura yang menanam bawang merah di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Kalidawir, adalah subjek sampel dalam penelitian ini. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling menggunakan wawancara tatap muka untuk mengukur elemen tertentu yang dapat memberikan data yang tepat.

Menurut (Arikunto 2017:173), baik jumlah populasi maupun karakteristiknya termasuk sampel, beliau juga berpendapat bahwa sampel penelitian akan terdiri dari 18 petani, tengkulak, dan konsumen jika subjeknya kurang dari 100; jika subjeknya lebih dari 100, dapat diambil 10-15% atau 15-25% dari populasi. Populasi petani yang digunakan berjumlah 16, tengkulak 1, dan ketua kelompok tani berjumlah 1. Dengan demikian, total sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 18.

### Teknik Pengumpulan data

Data primer dan sekunder adalah dua sumber data yang digunakan dalam metode pengumpulan data. Data primer dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan petani atau ketua kelompok tani di Desa Kalidawir. Ini terkait langsung dengan pemasaran dan kegiatan nyata petani bawang merah.

Metode pengambilan data sekunder didasarkan pada data dari berbagai instansi, artikel, jurnal, dan studi literatur yang relevan dengan penelitian ini. Data primer dan sekunder dianggap berguna oleh Sugiono (2019).

### Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2017: 232), penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan memberikan gambaran, deskripsi, atau lukisan fakta-fakta, karakteristik, dan hubungan antar fenomena secara sistematis, akurat, dan akurat. Sedangkan untuk mengetahui strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat strategis untuk menemukan dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) dari suatu organisasi, proyek, atau keadaan bisnis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung memiliki beberapa kelompok tani yang aktif dalam meningkatkan produktivitas pertanian di wilayahnya. Kelompok tani ini menjadi wadah bagi para petani bawang merah untuk saling bertukar informasi, pengetahuan, dan pengalaman dalam bertani. Salah satu kelompok tani yang terkenal di Desa Kalidawir adalah Kelompok Tani Tondo Bakti. Kelompok tani ini berfokus pada pengembangan pertanian bawang merah dan telah berhasil meningkatkan hasil panen para anggotanya. Kelompok tani Tondo Bakti juga aktif dalam mengikuti pelatihan dan seminar tentang pertanian modern, sehingga para anggotanya dapat menerapkan teknologi baru dalam kegiatan bertani mereka. Adapun karakteristik para petani atau serponden sebagai berikut:

### Karakteristik Responden berdasarkan usia

Karakteristik petani di Desa/Kecamatan Kalidawir mempunyai kreasi dan menjadi identitas lingkungan sebagai berikut :

**Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia**

Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
21-30	5	27
31-40	3	17
41-50	3	17
51-60	4	22
60-70	3	17
<b>Total</b>	<b>18 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer di Olah 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia antara 21 dan 30 tahun, dengan 27% (5 responden), dan yang paling banyak berusia 31 hingga 40, 41 hingga 50, dan 61 hingga 70 tahun, dengan 51% (9 responden) dan 22 % (4 responden). Usia tertua yang ditanyai adalah 21 tahun, dan usia tertua yang dijawab adalah 70 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 21 dan 60 tahun.

**Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin**

Berdasarkan karakteristik petani, sebagian besar petani bawang merah di Desa/Kecamatan Kalidawir ini jumlah petani laki-laki lebih banyak dibandingkan petani perempuan.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	15 orang	83
Perempuan	3 orang	17
<b>Total</b>	<b>18 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer di Olah 2024

Berdasarkan table 2 diatas, mayoritas responden dari peneliti ini adalah laki-laki, sebanyak 15 orang, dengan presentase 83%, dan perempuan, sebanyak 3 orang, dengan presentase 17%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas petani, tengkulak, dan ketua kelompok tani terhadap produk tersebut adalah laki-laki dibandingkan perempuan, seperti yang ditunjukkan dalam data tabel 5. Karakteristik jenis kelamin dibuat untuk mengetahui apakah pelanggan sebagian besar laki-laki atau perempuan.

**Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan**

Karakteristik responden dalam penelitian ini di kategorikan berdasarkan pendidikan. Sampel dikategorikan menurut jenis pendidikan terakhir responden seperti SD, SLTP, SLTA, dan Perguruan tinggi.

**Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan**

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
SD	5	28
SLTP	6	33
SLTA	7	39
Perguruan Tinggi	-	-
<b>Total</b>	<b>18 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer di Olah 2024

Berdasarkan table 3 diatas, dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah petani dengan pendidikan SLTA, dengan 7 orang dengan presentase 39%, dan 6 orang dengan presentase SLTP, dengan presentase 33%. Untuk mengetahui ketertarikan petani terhadap penanaman bawang merah, karakteristik berdasarkan pendidikan ini digunakan.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Karakteristik responden dalam penelitian ini di kategorikan berdasarkan pekerjaan. Sampel di kategorikan menurut jenis pekerjaan responden.

**Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Wiraswasta	4	22
Wirausaha	3	17
Petani	8	44
Ibu rumah tangga	3	17
<b>Total</b>	<b>18 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer di Olah 2024

Berdasarkan table 4 diatas, bahwa pekerjaan petani (8 orang) adalah jenis pekerjaan yang paling umum dalam penelitian ini, dengan presentase 44 persen. Jenis pekerjaan wiraswasta (4 orang) adalah yang kedua dengan presentase 22 persen.

**Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan**

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan pendapatan. Sampel di kategorikan menurut pendapatan responden.

**Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Presentase (%)</b>
Kurang dari Rp. 500.000	1	6
Rp. 500.000-Rp. 999.999	2	11
Rp. 1.000.000-Rp. 1.999.999	4	22
Lebih dari Rp. 2.000.000	11	61
<b>Total</b>	<b>18 orang</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer di Olah 2024

Tabel 5. diatas menunjukkan karakterisasi responden berdasarkan pendapatan untuk menentukan apakah produk dapat diterima untuk responden dengan pendapatan tinggi, sedang, atau rendah. Hasil menunjukkan bahwa 11 responden dengan pendapatan lebih dari 2.000.000 memiliki presentase 61%, dan 4 responden dengan pendapatan antara 1.000.000 dan 1.999.999 memiliki presentase 22%.

**Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa petani, tengkulak, dan ketua kelompok, menemukan faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pertumbuhan produk bawang merah di Desa Kalidawir, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Faktor-faktor internal dan eksternal sebagai berikut :

**Tabel 6. Faktor internal kekuatan dan kelemahan strategi pengembangan pemasaran bawang merah**

<b>No.</b>	<b>Kelemahan</b>	<b>Skor</b>	<b>Kekuatan</b>	<b>Skor</b>
1.	Keterbatasan modal usaha	0.33	Adanya motivasi petani	0.44
2.	Benih bawang merah belum tersertifikasi	0.22	Bawang merah memiliki banyak manfaat	0.44
3.	SDM petani masih kurang	0.33	Harga produk bawang merah terjangkau	0.44
4.	Banyak produk serupa	0.22	Terdapat layanan pengantar produk	0.44
5.	Jalan produk belum terjangkau	0.33		
<b>Total Skor</b>		<b>1,43</b>		<b>1,76</b>

Sumber : Data Primer di olah 2024

Berdasarkan table 6 diatas, Kekuatan memiliki skor yang sama besar yaitu 0.44 yang terdiri dari harga bawang merah yang msih terjangkau, motivasi petani, terdapat layanan antar prodak dan manfaat bawang merah. Skor Kelemahan tertinggi sebesar 0.33 yang terdiri dari keterbatasan modal dan SDM petani, sedangkan skor terendah sebesar 0.22 yang terdiri dari produk belum tersertifikasi dan banyak produk serupa. Sehingga didapatkan total skor kekuatan sebesar 1.76 dan skor kelemahan sebesar 1.43, dimana skor kekuatan lebih tinggi dari skor kelemahan, menurut tabel perhitungan bobot rating dan skor matriks IFAS. Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa produk bawang merah ini mampu mempertahankan kekuatannya meskipun memiliki kelemahan.



<p><b>Opportunity (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingginya minat konsumen terhadap permintaan bawang merah</li> <li>• Adanya kemitraan dan penyuluhan</li> <li>• Daerah pemasaran jelas</li> <li>• Peningkatan pendapatan penduduk</li> <li>• Meningkatkan kesadaran masyarakat akan gizi</li> <li>• Adanya kelompok tani</li> <li>• Stabilitas harga bawang merah</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dengan harga yang tetap terjangkau</li> <li>• Meningkatkan nilai tambah produk bawang merah dengan pengolahan dan diversifikasi produk</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan akses terhadap modal dan kebijakan pemerintah</li> <li>• Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani melalui pelatihan dan pendampingan</li> <li>• Meningkatkan nilai tambah produk bawang merah dengan melakukan pengolahan dan diversifikasi produk</li> <li>• Memperluas akses pasar dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi</li> <li>• Meningkatkan kerjasama antar petani dan kelembagaan ekonomi</li> </ul>
<p><b>Threat (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan iklim</li> <li>• Serangan hama</li> <li>• Peningkatnya pesaing</li> <li>• Adanya standarisasi mutu</li> <li>• Sulitnya mendapatkan benih bawang merah yang berkualitas tinggi</li> <li>• Infrastruktur jalan yang buruk</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas dan standalisasi mutu untuk menghadapi produk pesaing sejenis</li> <li>• Menerapkan teknik budidaya yang tepat</li> <li>• Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan petani dalam berbudidaya bawang merah</li> <li>• Memanfaatkan permintaan pasar yang tinggi dengan meningkatkan nilai tambah produk</li> <li>• Meningkatkan akses terhadap modal dan teknologi para petani</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk bawang merah harus melakukan pengembangan produk dari segi kualitas produk bawang merah yang dapat bersaing dipasaran.</li> </ul>

Sumber : Data Primer di Olah 2024

Berdasarkan table 8 diatas, matriks SWOT di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi dibuat untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar besarnya. Diantaranya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk dengan harga yang tetap terjangkau merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh banyak perusahaan. Meningkatkan nilai tambah produk bawang merah dengan pengolahan dan diversifikasi produk merupakan strategi yang tepat untuk memaksimalkan potensi ekonomi dan memperluas jangkauan pasar.

2. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki bawang merah untuk mengatasi ancaman. Meningkatkan kualitas dan standalisasi mutu untuk menghadapi produk pesaing sejenis merupakan langkah krusial bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Menerapkan teknik budidaya yang tepat merupakan kunci utama untuk menghasilkan panen bawang merah yang optimal dan berkualitas tinggi. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan petani dalam budidaya bawang merah merupakan hal yang esensial untuk mencapai hasil panen yang optimal dan berkelanjutan. Memanfaatkan permintaan pasar yang tinggi dengan meningkatkan nilai tambah produk berarti menciptakan produk yang lebih menarik dan berharga bagi konsumen, sehingga mereka bersedia membayar lebih untuk produk tersebut. Meningkatkan akses terhadap modal dan teknologi para petani untuk memajukan sektor pertanian dan meningkatkan kesejahteraan petani.

3. Strategi WO

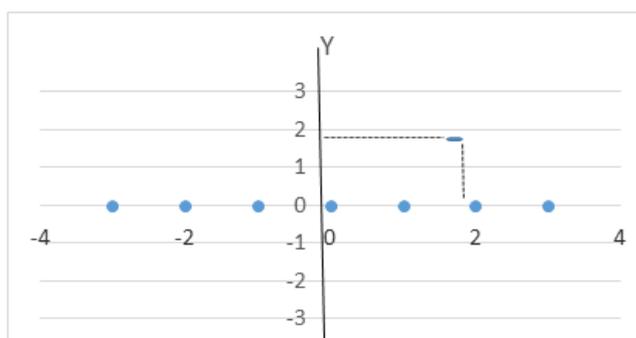
Strategi ini digunakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan. Meningkatkan akses modal dan kebijakan pemerintah yang berpihak pada rakyat merupakan dua elemen penting untuk memacu pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan petani melalui pelatihan dan pendampingan merupakan upaya strategis untuk memajukan sektor pertanian dan meningkatkan kesejahteraan petani. Meningkatkan nilai tambah produk bawang merah dengan melakukan pengolahan dan diversifikasi produk dapat membuka peluang bisnis yang menguntungkan bagi para petani dan pelaku usaha. Menggunakan teknologi komunikasi dan informasi telah menjadi alat yang efektif untuk memperluas akses pasar bagi para pelaku bisnis. Pelaku bisnis dapat lebih mudah dan efisien menjangkau pasar domestik dan internasional dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

4. Strategi WT

Strategi ini digunakan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Produk bawang merah harus melakukan pengembangan produk dari segi kualitas dan kuantitas produk bawang merah yang dapat bersaing di pasaran merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing di pasar dan memaksimalkan keuntungan bagi para petani.

**Pemetaan Posisi Produk Bawang Merah Di Desa Kalidawir**

Menentukan posisi bawang merah menggunakan cara memadukan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga dapat ditemukan titik koordinat pada kuadran SWOT sebagai berikut :



Gambar 1. Titik Koordinat SWOT

Berdasarkan gambar 1. di atas, nilai S-W dan O-T adalah positif, dan nilai positif relatif bawang merah berada pada titik kordinat (1,84 dan 1,48), yang berada di kuadran I, yang berarti positif, positif. Produk tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang kuat. Strategi yang digunakan adalah progresif, yang berarti bawang merah ini berada dalam kondisi yang stabil dan baik sehingga dapat terus berusaha, berkembang, dan maju dengan cepat.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah di uraikan menunjukkan bahwa kekuatan harga produk bawang merah terjangkau, kelemahannya keterbatasan modal dan SDM petani masih berkurang, peluang dapat meningkatkan pendapatan penduduk, ancaman berupa perubahan iklim, serangan hama, peningkatnya pesaing. Sedangkan hasil analisis IFAS memiliki skor internal kekuatan 1,76 dan skor kelemahan sebesar 1,43, hasil analisis EFAS memiliki skor eksternal peluang sebesar 1,96 dan skor ancaman sebesar 1.52. Berarti produk bawang merah di Desa Kalidawir ini masih mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan ancaman yang ada.

Untuk menghasilkan bawang merah berkualitas tinggi yang kompetitif di pasar, petani bawang merah di daerah penelitian harus meninggikan bedengan mereka untuk mengantisipasi iklim yang tidak menentu, terutama curah hujan yang cukup tinggi, mengendalikan hama dan penyakit, dan memperhatikan waktu panen. Kepada Pemerintah, agar meningkatkan pengembangan bawang merah dan selanjutnya peneliti diharapkan untuk meneliti meningkatkan studi cabo tambahan mengenai bawang merah khususnya proses dan perbandingan antara produksi lokal dan luar negeri.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPS. 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/21/produksi-dan-konsumsi-bawang-merah-ri-cenderung-naik-5-tahun-terakhir>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2024.
- Chen, Yu Shan. 2014. The Driver of Green Innovation and Green Image- Green Core Competence. *Journal of Business Ethics*. Volume 81 Tahun 2014. Pg 531-543.
- Didit, D. (2018). Strategi Pengembangan Usahatani Bawang Merah. *Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto. Agrimas, Volume 2 Nomor 1*.
- Hatijah, St., Husain, dan D. Rauf. 2014. 'Bioaktivitas Minyak Astiri Umbi Lapis Bawang Merah *Allium cepa* L. Lokal Asal Bima Terhadap Bakteri *Streptococcus mutans* Penyebab Karies Gigi'. Universitas Hasanuddin pp. 1–8. Available at: [http://C:/unhasan/Bioaktivitas Minyak Astiri //bawang 3.pdf](http://C:/unhasan/Bioaktivitas%20Minyak%20Astiri//bawang%203.pdf).
- Jawa, T. 2016. 'Uji Daya Hambat Antibakteri Ekstrak Umbi Bawang Merah (*Allium ascalonicum*.L) Terhadap Pertumbuhan Bakteri Pembentuk Karies Gigi *Streptococcus mutans*'. *Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. 3 Available at: [https://repository.usd.ac.id/6864/2/121434044\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/6864/2/121434044_full.pdf). diakses pada tanggal 1 Januari 2019.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan daya Saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 99.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Sugiono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Zamrodah, Y., Sativa, R. D. O., & Moeis, E. M. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN BERAS ORGANIK DI VIGUR ORGANIK CEMOROKANDANG MALANG. *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 17(2), 73-80.