

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

Oleh:

Rama Novera¹

Suryani²

Susanti Sundari³

Jevri Buari⁴

Universitas Tulang Bawang

Alamat: JL. Gajah Mada 34 Kota Baru, Tanjung Karang Timur, Kota Bandar Lampung,
Lampung (35128).

Korespondensi Penulis: ramanovera31@gmail.com, suryani@utb.ac.id,
susantisundari09@gmail.com, jevribuari89@gmail.com.

Abstract. The processed dried chili product business managed by the Kelompok Wanita Tani (KWT) KP faces significant challenges due to the absence of a tested, measurable, and comprehensive business development strategy. This condition creates ambiguity regarding the optimal determination of product selling prices as well as the sustainability of healthy profit margins. This study aims to analyze the business development strategy of KWT KP's dried chili powder enterprise. The initiative to process fresh chili into dried chili powder is intended to increase product value added, extend shelf life, and stabilize commodity price fluctuations for micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The strategic analysis employs two main approaches, namely Cost of Goods Sold (COGS) analysis and SWOT analysis. A case study conducted in Kaliawi Subdistrict, Bandar Lampung City, identifies key financial findings, where total production costs amount to IDR 595,762 for 126 packages (30 grams each), resulting in a COGS of IDR 4,728 per package. The SWOT analysis yields an aggregate IFAS score of 2.70 and an EFAS score of 3.10. These values position the KWT KP business unit in Quadrant I (Aggressive Strategy). Based on these findings, the most appropriate strategic recommendation is the Strength Opportunity (S-O) strategy. This strategy emphasizes strengthening government

Received November 15, 2025; Revised November 27, 2025; December 15, 2025

*Corresponding author: ramanovera31@gmail.com

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

support and facilitation, optimizing the use of digital platforms for marketing, continuously improving product quality, and expanding strategic partnership networks to achieve higher competitiveness and scalability.

Keywords: *Dried Chili Powder, Cost of Goods Sold (COGS), Women Farmers Group (KWT), Strategy, SWOT.*

Abstrak. Usaha produk cabai kering olahan yang dikelola oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) KP menghadapi tantangan signifikan berupa ketiadaan strategi pengembangan bisnis yang teruji, terukur, dan komprehensif. Kondisi ini menimbulkan ambiguitas terkait optimalitas penetapan harga jual produk serta keberlanjutan margin keuntungan yang sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha bubuk cabai kering KWT KP. Inisiatif pengolahan cabai menjadi bubuk kering bertujuan meningkatkan nilai tambah produk, memperpanjang masa simpan, dan menstabilkan fluktuasi harga komoditas bagi UMKM. Analisis strategi dilakukan menggunakan dua pendekatan utama, yaitu Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Analisis SWOT. Studi kasus yang dilakukan di Kelurahan Kaliawi, Kota Bandar Lampung, mengidentifikasi temuan finansial penting dimana total biaya produksi tercatat sebesar Rp 595.762 untuk 126 kemasan (30 gram), menetapkan HPP produk pada Rp 4.728 per kemasan. Hasil Analisis SWOT menunjukkan skor agregat IFAS 2,70 dan EFAS 3,10. Nilai ini menempatkan unit usaha KWT KP pada posisi Kuadran I (Strategi Agresif). Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi strategis yang paling tepat adalah Strategi S-O (*Strength-Opportunity*). Strategi ini menekankan pada penguatan dukungan dan fasilitasi dari pemerintah, optimalisasi pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, peningkatan kualitas produk secara berkelanjutan, dan ekspansi jaringan kemitraan strategis untuk mencapai daya saing dan skalabilitas yang lebih tinggi.

Kata Kunci: Bubuk Cabai Kering, HPP, KWT, Strategi, SWOT.

LATAR BELAKANG

Permintaan terhadap pangan olahan yang praktis dan tahan lama terus meningkat seiring perubahan gaya hidup modern. Cabai memiliki potensi besar untuk diolah karena perannya yang penting dalam kuliner Indonesia (Widowati, S., & Nurfitriani, R. A. 2023). Namun, cabai segar memiliki masa simpan pendek dan harga yang tidak stabil, sehingga

menjadi tantangan bagi petani dan pelaku usaha. Mengolah cabai menjadi bubuk kering menjadi solusi efektif untuk menambah nilai jualnya. Produk ini lebih praktis, tahan lama, dan mudah distandarisasi (Iznillah, W., et al 2024). Bagi UMKM, cabai bubuk memberikan keuntungan berupa masa simpan panjang, harga lebih stabil, serta permintaan yang terus tumbuh seiring perkembangan industri makanan olahan.

Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) semakin penting dalam pengembangan produk pertanian bernilai tambah. Selain kegiatan budidaya, KWT turut berinovasi dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk siap saji seperti bubuk cabai (gambar 1).

Gambar 1. Produk Cabai Bubuk



Sumber: Peneliti, 2025

Melalui pelatihan dan dukungan kelembagaan, KWT berperan dalam meningkatkan kesejahteraan anggota dan memperkuat peran perempuan di sektor pertanian modern (Kahfi, A., et al., 2024).

Potensi KWT KP dalam usaha ini, yaitu lokasi mereka yang dekat dengan pasar induk memudahkan akses informasi harga yang seringkali fluktuatif, sehingga data pasar akurat sangat penting untuk perencanaan usaha dan pengelolaan modal produksi cabai kering. Namun, KWT KP belum memiliki strategi pengembangan usaha yang teruji dan komprehensif, sehingga belum jelas apakah harga jual produk saat ini sudah optimal. Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha bubuk cabai kering KWT KP melalui perhitungan HPP dan Analisis SWOT.

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

KAJIAN TEORITIS

Beberapa metode yang umum digunakan dalam pengembangan strategi usaha antara lain Harga Pokok Produksi (HPP) dan Analisis SWOT. Harga Pokok Produksi merupakan komponen penting yang harus dihitung untuk menentukan harga jual produk. Seluruh biaya produksi, seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik baik tetap maupun variabel diperhitungkan sebagai bagian dari HPP (Anggreani & Adnyana, 2020). Namun, banyak UMKM masih menggunakan metode sederhana dalam menghitung HPP dan menetapkan harga jual, sering kali hanya berdasarkan harga pasar atau perkiraan, sehingga hasilnya kurang akurat dan dapat memengaruhi pendapatan maupun laba (Triwidatin et al., 2022).

Sementara itu, Analisis SWOT merupakan metode strategis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu usaha. Dengan memahami keempat aspek tersebut, pelaku bisnis dapat merumuskan strategi yang tepat, efektif, dan sesuai dengan kondisi usaha (Zebua, 2024; Sari, 2024). Pendekatan ini unggul karena sederhana, fleksibel, dan mampu memberikan gambaran menyeluruh untuk mendukung perencanaan strategis bisnis.

Penelitian terdahulu dalam riset perhitungan HPP (Harefa et al., 2022) yang dilakukan di UD tahu disimpulkan bahwa ada perbedaan dalam perhitungan metode *full costing* yang menghasilkan total biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode usaha, termasuk selisih harga pokok produksi sebesar Rp 1.044.695 dan selisih harga pokok penjualan sebesar 4,54. Lalu hasil penelitian (Satriani, D., & Kusuma, V. V. 2020), pada analisis perhitungan laba operasional pada tahun 2018 menunjukkan dampak langsung dari HPP dan HPPj terhadap profitabilitas perusahaan. Kemudian pada riset (Jefri, R. 2024) di CV. ABC ditemukan bahwa kenaikan signifikan biaya produksi (bahan baku dan upah) dari 2023 ke 2024 yang menyebabkan naiknya harga jual.

Sementara hasil penelitian (Agustian, A, 2021), dimana hasil pencarian menampilkan data numerik HPP serta harga jual dari studi kasus berbeda (contohnya UD Barokah dan Mebel Lintang Sofa), di mana Mebel Lintang menggunakan *full costing* dengan HPP Rp 2.974.479 dan harga jual Rp 3.866.8143. Pada penelitian (Anggreani et al., 2020), perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi) menunjukkan bahwa metode *full costing* menghasilkan nilai lebih tinggi daripada metode UKM. Untuk produk tahu putih, ditemukan selisih Rp 18,41 per potong, di mana full costing lebih mahal. Untuk metode

SWOT, hasil riset (Lesmana, T., & Iskandar, Y. 2022), yaitu strategi pengembangan penginapan di tiga literatur sudah baik, memanfaatkan kekuatan lokal untuk meningkatkan profesionalisme layanan dan daya saing usaha.

Menurut (Kosidin, K., & Wibbowo, L. A, 2022) dari hasil SWOT pada STMIK Jabar yang memiliki kelemahan yang lebih banyak dibanding kekuatan, namun peluang eksternal lebih besar daripada ancaman. Hasil riset (Rakhmansyah et al., 2021), gabungan SHA-256 dan *blockchain* pada *Smart Digital Signature* menjamin keamanan data, keaslian, dan mencegah pemalsuan. Lalu hasil penelitian (Qanita, A. 2020), dimana analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan perlu menerapkan strategi *Strength-Opportunity* (SO), yang terdiri dari tiga alternatif strategi dan selanjutnya diprioritaskan menggunakan matriks QSPM. Setelah itu riset (Simanjuntak et al., 2023), SWOT TikTok *Shop* menghasilkan strategi S-O, W-O, S-T, W-T untuk memaksimalkan peluang, meminimalkan kelemahan, mengantisipasi ancaman, dan meningkatkan kualitas layanan serta daya saing.

Penelitian ini mengintegrasikan perhitungan Harga Pokok Produksi dengan metode *full costing* dan analisis SWOT dalam satu kerangka analisis. Penelitian terdahulu umumnya hanya menggunakan salah satu, yaitu perhitungan HPP saja atau analisis SWOT saja.

METODE PENELITIAN

Analisis data dilakukan dengan menilai model bisnis melalui perhitungan HPP dan analisis SWOT menggunakan metode deskriptif studi kasus. HPP memberikan gambaran biaya produksi, sedangkan SWOT memanfaatkan data tersebut untuk menilai kondisi strategis perusahaan, sehingga hasil HPP menjadi dasar dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Penelitian dilaksanakan pada KWT KP di Kelurahan Kaliawi karena kelompok ini mengembangkan produk bubuk cabai kering dan berlokasi dekat pasar, sehingga relevan dengan dinamika harga cabai di Lampung. Pengumpulan data berlangsung selama dua bulan, yakni September hingga Oktober 2025, melalui studi kasus langsung di KWT KP.

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

Rumus Harga Pokok Penjualan (HPP)

HPP = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja + Biaya *Overhead* Pabrik + Persediaan A. Jika penelitian menggunakan sistem persediaan periodik, rumusnya dapat disesuaikan menjadi:

$$\text{HPP per unit} = \frac{\text{Total Biaya Produk Produksi}}{\text{Jumlah Produk Jadi}}$$

HPP adalah total biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, serta biaya *overhead* pabrik, baik yang bersifat tetap maupun variabel, yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. (Purwanto, E. 2020).

Analisis SWOT

Tahapan analisis SWOT diawali dengan penyusunan matriks IFE dan EFE. Matriks IFE menilai kekuatan serta kelemahan internal melalui bobot dan skor, sedangkan matriks EFE mengidentifikasi peluang dan ancaman dari faktor eksternal seperti ekonomi, sosial, politik, hukum, teknologi, dan persaingan. Kedua matriks ini memberikan gambaran menyeluruh sebagai dasar perumusan strategi. (Gustiawan, D. 2024)

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah sebuah kerangka kerja perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi posisi kompetitif suatu organisasi, proyek, atau individu.

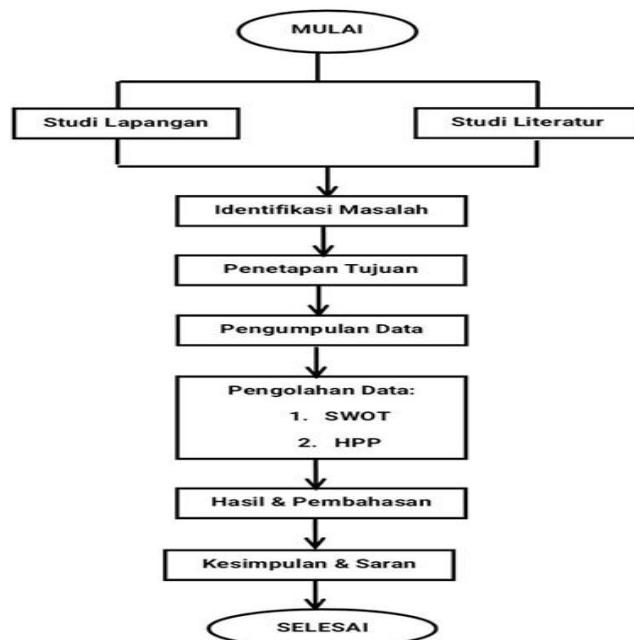
Gambar 2. Contoh Matriks SWOT

		INTERNAL	Strengths	Weaknesses
		EKSTERNAL		
Opportunities		Strategi SO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O) yang ada.	Strategi WO: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan peluang (O) untuk mengatasi kelemahan (W) yang ada.	
	Threats	Strategi ST: mengembangkan suatu strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari ancaman (T).	Strategi SW: mengembangkan suatu strategi dalam mengurangi kelemahan (W) dan menghindari ancaman (T).	

Sumber: <http://www.lppslh.or.id/artikel/analisis-swot/>

1. Strategi SO: Memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, biasanya dilakukan setelah perbaikan internal.
 2. Strategi WO: Memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia.
 3. Strategi ST: Menggunakan kekuatan untuk menghindari atau mengurangi ancaman.
 4. Strategi WT: Strategi defensif untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman saat posisi perusahaan rentan.

Gambar 3. *Flowchart* Penelitian



Sumber : Peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan wawancara dengan KWT KP, diketahui bahwa proses produksi bubuk cabai kering melibatkan tiga komponen biaya utama, yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Perhitungan HPP bubuk cabai kering merupakan dasar penentuan harga jual. Biaya yang dihitung meliputi bahan baku, upah tenaga kerja, dan biaya *overhead*, menggunakan metode *full costing*. Perhitungan ini dilakukan untuk 1 kali produksi dengan penggunaan 15 kg cabai segar sebagai bahan utama, guna mengetahui biaya produksi per kemasan dan menentukan harga jual yang sesuai.

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

Tabel 2. Bahan Baku

No	Bahan Baku	Volume	Satuan	Harga (Rp)
1	Cabai segar	15	Kg	450.000
2	Kemasan	126	Pcs	46.620
3	Stiker	126	Pcs	46.666
Total				543.286

Tabel 3. Biaya Overhead

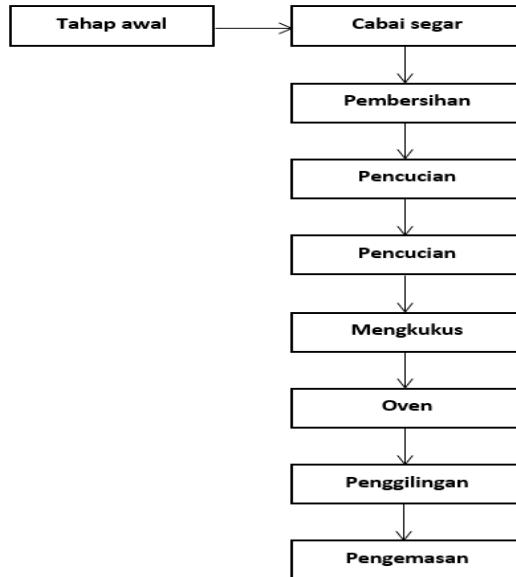
No	Biaya	Total (Rp)
<i>Biaya Overhead</i>		
1	Air	900
2	Listrik	300
3	Gas	1.276
Total		
2.476		

Tabel 4. Biaya Tenaga Kerja

No	Biaya	Volume / satuan	Total (Rp)
<i>Biaya Tenaga Kerja</i>			
1	Upah karyawan	8 Jam	50.000
Total			50.000

Tabel 4 menunjukkan bahwa upah tenaga kerja per 8 jam kerja adalah Rp 50.000, sehingga untuk satu kali produksi bubuk cabai kering yang berlangsung 8 jam, upah yang dihitung juga sebesar Rp 50.000.

Gambar 4. Diagram Alir Proses Pengolahan Cabai



Sumber: Peneliti, 2025

Proses produksi bubuk cabai mencakup pembersihan hingga pengemasan. Dari satu kali produksi dihasilkan 3,8 kg bubuk cabai kering yang dikemas 30 gram per *pack*, menghasilkan total 126 *pack*.

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya bahan baku} &= \text{Rp } 543.286 \\
 \text{Biaya tenaga kerja} &= \text{Rp } 50.00 \\
 \text{Biaya } overhead &= \text{Rp } 2.476 \\
 \\
 \text{HPP} &= \frac{\text{Rp } 595.762}{126} \\
 &= \text{Rp } 4.728,-
 \end{aligned}$$

HPP per unit (*pack* 30 gram) adalah Rp 4.728,- dan menjadi dasar penetapan harga jual agar bisnis tetap untung. Dengan mengetahui HPP, KWT KP dapat menentukan harga sesuai margin yang diinginkan. Jika margin keuntungan 30%, maka harga jualnya: $\text{HPP} + (30\% \times \text{HPP}) = 4.728 + (0,3 \times 4.728) = \text{Rp } 6.146$. Dengan demikian, harga jual bubuk cabai kering dapat dibulatkan menjadi Rp 6.000–7.000 per pcs agar tetap kompetitif di pasaran.

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

Analisis Matriks IFE dan EFE

Analisis SWOT pada KWT KP dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi secara menyeluruh aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang memengaruhi kegiatan operasional bisnis. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari lingkungan eksternal yang dihadapi oleh suatu unit usaha. Proses perhitungannya mirip dengan matriks EFE (*External Factor Evaluation*), yang digunakan untuk menganalisis faktor internal.

Tabel 5. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Faktor internal	Bobot (B)	Rating (R)	Skor Berbobot (B x R)
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1. Produk yang disukai			
1. Produk yang disukai	0,12	4	0.48
2. Konsumen tidak terbatas	0,10	4	0.40
3. Solusi harga cabai saat mahal	0.10	3	0.30
4. Praktis	0.08	3	0.24
5. Murni cabai segar	0.08	4	0.32
6. Tahan lama	0.07	3	0.21
Total Kekuatan	0.55		1.95
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1. Harga tidak stabil			
1. Harga tidak stabil	0.15	2	0.30
2. Manajemen keuangan belum profesional	0.15	2	0.30
3. Terbatasnya akses permodalan	0.15	1	0.15
Total Kelemahan	0.45		0.75
Total IFAS (S+W)	1.00		2.70

Total Skor IFAS = 2.70

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dengan total skor 2,70, dapat disimpulkan bahwa posisi internal usaha berada di atas rata-rata (skor 2,50). Artinya, secara keseluruhan, kekuatan usaha lebih dominan dibandingkan kelemahan.

Tabel 6. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot (B)	Reting (R)	Skor Berbobot (B x R)
Peluang (Opportunities)			
1. Dukungan pemerintah terhadap UMKM	0,25	4	1.00
2. Perkembangan e-commerce dan digital marketing	0,20	4	0.80
Total Peluang		0.45	1.80
Ancaman (Threats)			
1. Harga kompetitor yang lebih murah	0,15	3	
2. Kompetitor lokal di marketplace	0,20	3	
3. Brand (merek) yang terkena caci maki	0,15	2	
Total Ancaman		0.55	1.30
Total EFAS (O+T)		1.00	

Total Skor Faktor Eksternal (EFAS) = 1.80 + 1.30 = 3.10

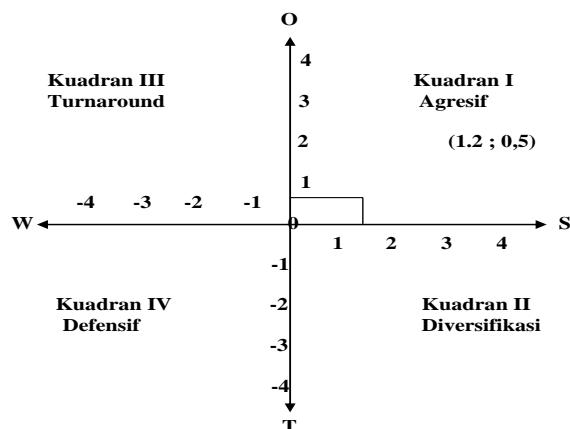
Nilai ini menunjukkan bahwa KWT KP mampu memanfaatkan peluang eksternal meski tetap menghadapi ancaman pasar. Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel IFAS dan EFAS dalam analisis SWOT diperoleh: skor kekuatan: 1,95, skor kelemahan: 0,75, skor peluang: 1,80, skor ancaman: 1,30

Koordinat SWOT dihitung sebagai berikut:

Analisis internal: $1,95 - 0,75 = 1,2$

Analisis eksternal: $1,80 - 1,30 = 0,5$

Gambar 5. Diagram SWOT



Sumber: Peneliti, 2025

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

Analisis SWOT menempatkan organisasi di Kuadran I (Agresif) dengan koordinat (1,2; 0,5), menunjukkan kondisi kuat dan berpeluang, sehingga strategi yang tepat adalah memaksimalkan kekuatan untuk meraih peluang melalui pengembangan dan inovasi.

Gambar 5. Matriks SWOT

		Matriks SWOT KWT Kenanga Persada	
		Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan (S)	Strategi SO (Strength–Opportunity)		Strategi ST (Strength–Threat)
	1. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk memperluas produksi dan distribusi bubuk cabai. 2. Mengoptimalkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar produk yang disukai dan tahan lama. Menggunakan keunggulan produk murni cabai segar dan praktis sebagai daya tarik promosi digital.	1. Menonjolkan kualitas dan kemampuan produk untuk menghadapi pesaing dengan harga lebih mahal. 2. Memperkuat merek (branding) melalui testimoni dan sertifikasi produk agar mampu bersaing dengan kompetitor lokal maupun brand besar.	Strategi ST (Strength–Threat)
Kelemahan (W)	Strategi WO (Weakness–Opportunity)	Strategi WT (Weakness–Threat)	1. Meningkatkan profesionalisme manajemen keuangan dengan dukungan pelatihan dari pemerintah. 2. Mengoptimalkan peluang digital marketing untuk mengatasi keterbatasan modal dan memperluas akses.
			1. Mencari kemitraan atau pendanaan eksternal untuk mengatasi keterbatasan modal agar tetap kompetitif di pasar. 2. Meningkatkan efisiensi bahan produksi agar dapat bersaing dengan

Sumber: Peneliti 2025

Matriks SWOT menunjukkan strategi KWT KP dalam menghadapi pasar dan tantangan usaha, sehingga analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman membantu merumuskan langkah untuk meningkatkan daya saing bubuk cabai. Strategi SO (*Strength–Opportunity*), yaitu Memanfaatkan dukungan pemerintah dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar serta memperkuat citra produk yang unggul dan alami.

1. Strategi ST (*Strength–Threat*): Menonjolkan kualitas produk dan memperkuat branding agar mampu bersaing dengan produk lain di pasaran.
2. Strategi WO (*Weakness–Opportunity*): Meningkatkan kemampuan manajemen dan memanfaatkan peluang digital marketing untuk mengatasi keterbatasan modal.
3. Strategi WT (*Weakness–Threat*): Menjalin kemitraan serta meningkatkan efisiensi produksi agar tetap kompetitif di tengah persaingan pasar.

Melalui penerapan strategi ini, KWT KP diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan, memperluas pasar, dan memperkuat posisi sebagai produsen bubuk cabai berkualitas di tingkat lokal maupun nasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian pada Kelompok Wanita Tani KWT KP menggunakan pendekatan Harga Perhitungan HPP menunjukkan bahwa usaha bubuk cabai kering di KWT KP layak dikembangkan. Dengan metode *full costing*, total biaya produksi mencapai Rp 595.762 per satu kali proses (15 kg cabai segar menjadi 126 kemasan 30 gram), menghasilkan HPP Rp 4.728 per kemasan, jika margin keuntungan 30%, maka harga jualnya adalah Rp 6.146 atau dibulatkan menjadi Rp 6.000–7.000 per pcs agar tetap kompetitif di pasaran.

Melalui pendekatan SWOT untuk mengetahui strategi apa dalam peningkatan daya saing, didapatkan analisis internal menghasilkan skor IFAS 2,70, menandakan kekuatan usaha lebih dominan daripada kelemahan. Sementara itu, skor EFAS 3,10 menunjukkan bahwa KWT KP mampu memanfaatkan peluang eksternal meski menghadapi ancaman pasar. Dengan posisi di Kuadran I (Agresif) koordinat (1,2; 0,5), strategi yang direkomendasikan adalah SO, memanfaatkan kekuatan produk untuk menangkap peluang seperti dukungan pemerintah dan *e-commerce*. Strategi pengembangan usaha fokus pada digitalisasi, *branding*, manajemen keuangan, dan kemitraan.

DAFTAR REFERENSI

- AGUSTIAN, A. (2021). ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SOFA DENGAN VARIABLE COSTING DAN COST PLUS PRICING DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL (STUDI KASUS: USAHA SOFA ALDO FURNITURE) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Anggreani, S., & Adnyana, I. G. S. (2020). Penentuan harga pokok produksi dengan metode full costing sebagai dasar penetapan harga jual pada ukm tahu an anugrah. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1), 9-16.
- Gustiawan, D. (2024). Manajemen Strategis. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Harefa, P. R. A., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). Analisis biaya produksi dengan menggunakan metode full costing dalam perhitungan harga pokok produksi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 218-2.
- Iznillah, W., Muhamarra, Y., Aulia, S. W., Vega, Z. A., Juniar, V. H., Kartikaratri, T. R., ... & Pebrianti, T. (2024). Pemanfaatan Potensi Desa Pasir Jaya untuk Inovasi

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN SKALABILITAS USAHA PRODUK CABAI KERING KWT KP

- Produk Bubuk Cabai dengan Campuran Daun Singkong sebagai Alternatif Pengganti Nori. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(2), 71-78.
- Jefri, R. (2024). Analisis Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Produk di CV. ABC. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 215-222.
- Kahfi, A., Oktaviani, Y., Fadilah, N., & Mahmudi, I. (2024). Transformasi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan: Strategi Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Berbasis Ekonomi Islam di Desa Sri Bandung, Banyuasin. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 10.
- Kosidin, K., & Wibbowo, L. A. (2022). Analisis IFAS dan EFAS menggunakan metode SWOT pada perguruan tinggi swasta. *Jurnal Wahana Informatika*, 1(2), 125-139.
- Kusumiyati, S. P. (2024). Sistem Hortikultura: Desain Pascapanen dan Pengendalian Kualitas Berkelanjutan. Gramedia Pustaka Utama.
- Ladiku, A. T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM)(Studi Kasus Pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma Di Manado)* (Doctoral dissertation, IAIN MANADO).
- Lesmana, T., & Iskandar, Y. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Industri Penginapan Berbasis Masyarakat Dengan Metode Swot (Studi Literatur). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 1(01), 50-56.
- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66-82.
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi dengan Metode SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus pada Dâ€™ gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*
- Rakhmansyah, M., Rahardja, U., Santoso, N. P. L., Khoirunisa, A., & Faturahman, A. (2021). Smart digital signature berbasis blockchain pada pendidikan tinggi menggunakan metode swot. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 2(1 Juni), 39-47.
- Sari, R. Y. (2024). Analisis swot sebagai alat penting dalam proses perencanaan strategis organisasi non-profit. *Jurnal Niara*, 17(1), 87-97.

- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 438-453.
- Simanjuntak, K., & Sari, R. P. (2023). Analisis Sistem S-Commerce pada Tiktok Shop Untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode SWOT. *Jurnal Unitek*, 16(1), 1-6.
- Triwidatin, Y., Jamaludin, A., Afif, M. N., & Hurriyaturohman, H. (2022). Pengaruh penetapan harga pokok produksi dan strategi pemasaran terhadap tingkat pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Akunida*, 8(1), 65-75.
- Widowati, S., & Nurfitriani, R. A. (Eds.). (2023). *Diversifikasi pangan lokal untuk ketahanan pangan: perspektif ekonomi, sosial, dan budaya*.
- Zebua, N. R. (2024). Analisis Swot Pada Usaha Rumah Makan Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 1-16.