

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract.....	6
Article content.....	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 27 No. 2 (2026): April
DOI: 10.21070/ijins.v27i2.2431

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

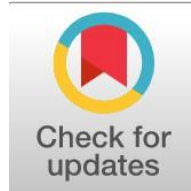
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Service Quality Analysis at Toko Tani of the Sidoarjo Food and Agriculture Office Using a SWOT Approach: Analisis Kualitas Layanan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertaian Sidoarjo Melalui Pendekatan SWOT

Novelina Sharel Pradhyta, atikhasidhi@umsida.ac.id (*)

Program Studi Teknik Industri1, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Atikha Sidhi Cahyana, atikhasidhi@umsida.ac.id

Program Studi Teknik Industri1, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background Service quality is an important factor in increasing customer satisfaction in the community food commodity supply sector. **Specific Background** Farmer Shops at the Sidoarjo Regency Food and Agriculture Office play a strategic role in providing quality food products at affordable prices. **Knowledge Gap** A thorough evaluation of internal and external factors that affect service performance still requires comprehensive mapping through a strategic approach. **Aims** This study aims to analyze the quality of Farmer Shop services using the SWOT approach to identify internal-external elements and formulate the right development strategy. **Results** The results of the analysis show that the main strengths of Toko Tani lie in competitive prices and government support, while the weaknesses include limited promotion and suboptimal service facilities. **Novelty** This study integrates IFAS and EFAS matrices with SWOT quadrant diagrams to evaluate the quality of public services in regional food security agencies. **Implications** These findings are expected to be a foundation for management to optimize growth strategies and increase community satisfaction in a sustainable manner.

Key Findings Highlights

The IFAS matrix analysis shows that Toko Tani has the dominant strength in the form of friendly service and strong support from the government.

The evaluation of the EFAS matrix places the factor of increasing public awareness of healthy food as the highest external opportunity.

The coordinate position on the SWOT chart is in Quadrant I, which leads the organization to implement an aggressive growth (SO) strategy.

Keywords Service quality, SWOT, Food and Agriculture Office, IFAS, EFAS

Published date: 2026-10-11

Pendahuluan

Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Sidoarjo menginisiasi pendirian Toko Tani Indonesia Center (TTIC) sebagai langkah konkret dalam meredam ketidakstabilan harga pangan di pasaran. Lembaga ini mengintegrasikan program Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat (PUPM) lewat operasionalisasi Toko Tani Indonesia (TTI). Sebagai sebuah sarana pemasaran, TTIC memfasilitasi Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan), penyuplai, dan produsen untuk menjual komoditas pertanian utama seperti beras, telur, serta gula yang diperoleh langsung dari sektor hulu. Melalui peran strategis ini, pemerintah memposisikan TTIC sebagai instrumen penyeimbang pasar sekaligus motor pembenahan tata niaga logistik pangan nasional. Pola pendekatan yang diterapkan berfokus pada penyederhanaan rantai pasok hingga hanya melibatkan tiga sampai empat simpul distribusi saja. Dampak positif dari efisiensi struktural ini adalah terciptanya jaminan harga dan kepastian pasar bagi pihak produsen, yang diiringi dengan peningkatan kemudahan aksesibilitas bagi masyarakat selaku konsumen [1].

Aspek operasional TTIC menuntut lembaga ini untuk bergerak dinamis, tidak sekadar menyediakan bahan pangan murah melainkan juga menyajikan performa layanan yang selaras dengan ekspektasi publik. Kendati demikian, realitas di lapangan masih menunjukkan sejumlah hambatan sistemik yang berisiko mendegradasi mutu pelayanan tersebut. Beberapa persoalan krusial yang mengemuka meliputi durasi transaksi yang relatif lama, sarana penunjang yang belum memadai, serta keterbatasan jumlah personil garda depan. Indikasi penurunan performa ini terefleksi dari berkurangnya angka kunjungan harian pelanggan. Fenomena tersebut menjadi sinyal kuat perlunya evaluasi dan pengendalian kualitas pelayanan secara komprehensif guna memetakan akar penyebab deviasi layanan dan merumuskan strategi intervensi yang aplikatif. Mutu pelayanan pada dasarnya menjadi tolok ukur utama untuk menilai profesionalisme kerja staf dalam menjawab preferensi konsumen. Dari pemaparan ini, pemenuhan ekspektasi publik serta ketepatan diseminasi informasi menjadi pilar utama dalam membangun sistem layanan yang solid. Tindakan pelayanan yang diberikan oleh aparatur internal secara langsung membentuk persepsi konsumen, mengingat aspek ini sangat sensitif dalam mempengaruhi retensi pelanggan. Ketika standar pelayanan prima berhasil diterapkan, loyalitas publik akan terbangun secara alami; sebaliknya, kegagalan dalam menyajikan performa yang baik berpotensi merusak reputasi lembaga di mata masyarakat [2].

Studi terdahulu yang disusun oleh Aldi Alif Putra dan Prihono (2024) mengenai optimalisasi operasional di Shopee Express Balongbendo Hub membuktikan eksistensi analisis SWOT dalam memetakan dinamika internal dan eksternal korporasi secara menyeluruh. Lewat identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang terstruktur, metodologi ini berhasil menelurkan formulasi taktis yang aplikatif untuk membenahi performa pelayanan, mendongkrak retensi konsumen, sekaligus memperkuat posisi tawar perusahaan di pasar [3]. Sejalan dengan temuan tersebut, riset yang dikembangkan oleh Masrizal Yusuf Hidayat dan Joumil Aidil Saifuddin Z. S. (2025) menegaskan bahwa integrasi model SWOT-AHP efektif dalam menetapkan skala prioritas tindakan. Langkah strategis yang dihasilkan meliputi digitalisasi sistem informasi, akselerasi akuisisi basis pelanggan baru, hingga modernisasi sarana pendukung kerja. Serangkaian pembuktian empiris ini mengukuhkan relevansi analisis SWOT sebagai instrumen evaluasi mutu layanan yang adaptif, karena mampu merancang cetak biru perbaikan yang berpijak pada realitas objektif organisasi [4]. Secara konseptual, kerangka kerja SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) beroperasi sebagai alat navigasi bisnis dalam memosisikan kapasitas lembaga di tengah lanskap kompetisi. Empat pilar utama di dalamnya memisahkan variabel kontrol internal dan tantangan eksternal secara tegas. Komponen kekuatan (*strengths*) merepresentasikan seluruh modalitas internal yang mempercepat realisasi target organisasi, sementara kelemahan (*weaknesses*) mencakup keterbatasan domestik yang berpotensi menghambat capaian kerja. Pada ranah eksternal, peluang (*opportunities*) hadir sebagai stimulus lingkungan yang menguntungkan bagi akselerasi tujuan. Unsur ini tidak sekadar memanfaatkan momentum positif yang ada, melainkan juga membuka ruang untuk mengeliminasi disparitas operasional dan menginisiasi proyeksi baru. Sebaliknya, ancaman (*threats*) mengidentifikasi seluruh faktor luar yang berpotensi menjadi hambatan krusial atau mereduksi kinerja organisasi dalam mencapai target strategisnya [5].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam penyelenggaraan layanan Toko Tani, sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing Toko Tani dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Metode

A. Waktu dan Tempat Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo, mulai tanggal 28 Oktober 2025 hingga 13 Februari 2026. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data, observasi, dan sebar kuisioner. Kegiatan pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh serta menyusun sumber informasi yang tepat sehingga relevan dengan fokus penelitian yang dilakukan. Sementara itu, observasi dan sebar kuisioner dilakukan untuk menggali data secara lebih mendalam, khususnya yang berkaitan dengan identifikasi SWOT serta analisis IFAS dan EFAS pada kualitas layanan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, melalui metode tersebut diharapkan peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai kondisi aktual pelayanan, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan acuan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan.

B. Tahapan Penelitian

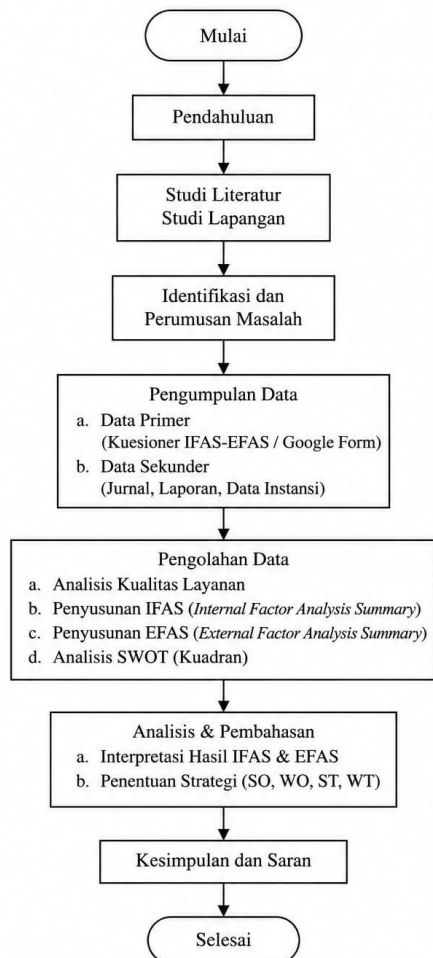
Adapun tahapan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Melakukan observasi secara langsung
2. Identifikasi masalah
3. Melakukan pengumpulan data melalui observasi dan kuisioner
4. Melakukan pengolahan data menggunakan metode SWOT
5. Menyimpulkan hasil analisis dan rekomendasi
6. Selesai

C. Pengumpulan Data

Metodologi perolehan data instrumen riset menjadi instrumen krusial bagi peneliti dalam menghimpun seluruh basis informasi yang relevan. Peran tahapan ini sangat sentral karena menentukan derajat mutu, validitas, serta reliabilitas capaian akhir sebuah studi. Penentuan metode yang digunakan wajib diselaraskan dengan orientasi penelitian, karakteristik data target, hingga dinamika riil di lapangan yang mencakup alokasi waktu, ketersediaan anggaran, maupun keterbatasan personel. Di samping itu, kepatuhan terhadap kode etik penelitian menjadi prasyarat mutlak guna memastikan seluruh proses berjalan lancar tanpa mencederai hak atau privasi para informan. Beberapa instrumen pengumpulan data yang lazim diterapkan meliputi pengamatan langsung, tanya jawab mendalam, penyebaran angkutan daftar pertanyaan, serta studi arsip. Pada desain riset spesifik, berbagai pendekatan tersebut kerap diintegrasikan demi menghasilkan korpus data yang lebih komprehensif, kaya, dan memiliki akurasi tinggi [6].

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan melalui kegiatan observasi dan pengamatan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bidang pengembangan dalam setiap aktivitas pelayanan kepada masyarakat, khususnya pelaku UMKM. Dengan metode ini, dapat diperoleh gambaran yang nyata dan objektif mengenai kondisi pelayanan yang terjadi secara langsung di lokasi penelitian. Selain observasi, data juga diperoleh dari hasil interaksi langsung dengan responden untuk mendukung keakuratan informasi yang dikumpulkan. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh lebih lengkap, relevan, dan sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Untuk memperjelas alur penelitian, disusun sebuah diagram yang menggambarkan tahapan-tahapan penelitian secara sistematis sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Diagram ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian, tetapi juga membantu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai proses penelitian dari awal hingga akhir sehingga lebih mudah dipahami.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

Analisis Kualitas Layanan Menggunakan Metode SWOT

Metodologi SWOT beroperasi sebagai instrumen perencanaan taktis melalui evaluasi mendalam pada elemen kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman guna membantu manajemen merumuskan keputusan krusial dan mengoptimalkan kinerja organisasi [8]. Sebagai perangkat proyeksi visioner yang fundamental, analisis ini menyediakan skema logis bagi perancang kebijakan untuk memetakan target capaian riil serta poin-poin kritis yang memerlukan perhatian khusus [8].

Model evaluasi tersebut memegang peran sentral dalam menyusun peta jalan bisnis yang adaptif terhadap dinamika lingkungan makro di sekitar korporasi [9]. Di samping itu, model evaluasi ini memegang peran penting sebagai alat bantu operasional dalam merumuskan peta jalan bisnis yang adaptif terhadap seluruh variabel lingkungan makro di sekitar korporasi yang berdampak langsung pada produktivitas organisasi [10].

Dalam implementasinya, kerangka kerja ini disinergikan dengan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) sebagai alat uji data, di mana penentuan bobot nilainya mengadopsi instrumen skala Likert untuk mengonversi persepsi publik menjadi indikator performa kuantitatif yang terukur [11].

Tabel 1. Skala *Likert*

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Seruju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sumber: [12]

Tabel 1 menunjukkan skala *rating* yang merupakan salah satu instrumen yang lazim diaplikasikan dalam membangun sebuah sistem standardisasi nilai. Melalui instrumen ini, data yang dihimpun berbentuk angka atau parameter kuantitatif yang kemudian dikonversikan ke dalam deskripsi naratif yang bersifat kualitatif. Secara operasional, metode skala *rating* ini mengandalkan rentang nilai tertentu untuk mengukur dan menguji berbagai indikator capaian kinerja secara terukur [3]. Didalam skala *rating* penilaian didasarkan pada suatu skala tertentu dari rendah sampai tinggi. Berikut adalah skala *rating* yang digunakan dalam analisis matriks SWOT.

Tabel 2. Skala *Rating*

Description	Score
Very Poor	1

<i>Poor</i>	2
<i>Fair</i>	3
<i>Good</i>	4
<i>Excellent</i>	5

Sumber:[12]

Tabel 2 menunjukkan skala *likert* yang digunakan untuk menghimpun data persepsi serta penilaian objektif dari para informan mengenai performa setiap indikator operasional pelayanan yang diteliti. Di sisi lain, penggunaan skala rating difokuskan khusus untuk menetapkan bobot kuantitatif yang merepresentasikan derajat signifikansi atau besarnya pengaruh dari masing-masing variabel penentu tersebut [13]. Hasil pengukuran tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan matriks SWOT untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan yang tepat.

Tahap Pengambilan Data

Pada tahap pengambilan data ini dibagi menjadi dua data, yaitu berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal. Berikut merupakan data yang telah dikumpulkan.

Identifikasi Faktor Internal (IFAS)

Berikut identifikasi *Internal Factor Analysis Strategic* (IFAS) dari analisa dibawah ini.

A. *Strength* (Kekuatan)

Adapun kekuatan yang dimiliki oleh Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

1. Pelayanan ramah dan sopan
2. Proses transaksi cepat
3. Memiliki dukungan kuat dari pemerintah
4. Akses ke pelaku UMKM

B. *Weakness* (Kelemahan)

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

1. Promosi kurang maksimal
2. Variasi produk terbatas
3. Fasilitas pelayanan kurang memadai
4. Kurangnya pelatihan

Identifikasi Faktor Eksternal (EFAS)

Berikut identifikasi *External Factor Analysis Strategic* (EFAS) dari analisa dibawah ini.

A. *Opportunity* (Peluang)

Adapun peluang yang dimiliki oleh Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

1. Kesadaran pangan sehat meningkat
2. Kebutuhan pangan meningkat
3. Teknologi digital penjualan
4. Kerjasama petani lokal

B. *Threat* (Ancaman)

Adapun ancaman yang dimiliki oleh Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

1. Perubahan kebijakan pemerintah
2. Persaingan pasar modern
3. Daya beli masyarakat
4. Fluktuasi harga pangan

Hasil Dan Pembahasan

Tahap Analisis

Proses evaluasi data strategis berjalan melalui penyusunan matriks internal, eksternal, dan matriks SWOT untuk memetakan koordinat posisi organisasi berdasarkan akumulasi skor akhir IFAS dan EFAS [14]. Peneliti menentukan porsi bobot setiap elemen secara objektif dengan membagi nilai per faktor dengan total nilai keseluruhan indikator berdasarkan respons para informan [15]. Langkah ini kemudian disempurnakan melalui pemberian rating kuantitatif yang merepresentasikan tingkat kapasitas dan kecepatan adaptasi organisasi dalam mengeksplorasi peluang ataupun memitigasi risiko dari setiap variabel strategis yang ada [16]. Skor diperoleh dari hasil perkalian antara nilai bobot dan rating pada setiap faktor internal maupun eksternal. Tahapan analisis mengenai faktor IFAS dan EFAS dapat dijelaskan sebagai berikut.

Matriks Internal

Hasil dari analisis matriks Internal Factor Analysis Strategic (IFAS) adalah ada pada tabel 3:

Tabel 3. Analisis Matriks IFAS *Strength* (Kekuatan)

<i>Strength</i> (Kekuatan)	Total	Bobot	Rating	Skor
Pelayanan ramah dan sopan	16	0,26	5	1,31
Proses transaksi cepat	15	0,25	4	0,98
Memiliki dukungan kuat dari pemerintah	16	0,26	4	1,05
Akses ke pelaku UMKM	14	0,23	4	0,92
Total	61	1	17	4,26

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis Matriks IFAS, faktor kekuatan memperoleh skor total sebesar 4,26, yang menunjukkan bahwa TTIC memiliki kondisi internal yang kuat. Faktor dengan skor tertinggi adalah pelayanan yang ramah dan sopan (1,31), sehingga menjadi keunggulan utama dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Selain itu, dukungan kuat dari pemerintah (1,05), proses transaksi yang cepat (0,98), serta akses kepada pelaku UMKM (0,92).

Tabel 4. Analisis Matriks IFAS *Weakness* (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan)	Total	Bobot	Rating	Skor
Promosi kurang maksimal	12	0,31	2	0,62
Variasi produk terbatas	11	0,28	2	0,56
Fasilitas pelayanan kurang memadai	8	0,21	3	0,62
Kurangnya pelatihan	8	0,21	1	0,21
Total	39	1	8	2,00

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4 menunjukkan hasil analisis Matriks IFAS, faktor kelemahan memperoleh skor total sebesar 2,00. Kelemahan yang paling dominan adalah promosi yang kurang maksimal dan fasilitas pelayanan yang kurang memadai, yang masing-masing memiliki skor 0,62. Selanjutnya, variasi produk yang terbatas memperoleh skor 0,56, sedangkan kurangnya pelatihan memiliki skor terendah yaitu 0,21.

Matriks Eksternal

Hasil dari analisis matriks *External Factor Analysis Strategic* (EFAS) adalah ada pada tabel 5:

Tabel 5. Analisis Matriks EFAS *Opportunity* (Peluang)

Opportunity (Peluang)	Total	Bobot	Rating	Skor
Kesadaran pangan sehat meningkat	17	0,26	5	1,29
Pendampingan oleh bidang pengembangan	17	0,26	4	1,03
Teknologi digital penjualan	17	0,26	4	1,03
Kerjasama petani lokal	15	0,23	4	0,91
Total	66	1	17	4,26

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5 menunjukkan hasil analisis Matriks EFAS, faktor peluang memperoleh skor total sebesar 4,26. Faktor peluang dengan skor tertinggi adalah kesadaran masyarakat terhadap pangan sehat yang meningkat (1,29). Selain itu, pendampingan oleh bidang pengembangan (1,03), teknologi digital penjualan (1,03), serta kerja sama dengan petani lokal (0,91) juga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

Tabel 6. Analisis Matriks EFAS *Threat* (Ancaman)

Threat (Ancaman)	Total	Bobot	Rating	Skor
Perubahan kebijakan pemerintah	13	0,24	3	0,71
Persaingan pasar modern	14	0,25	3	0,76
Daya beli masyarakat	13	0,24	2	0,47
Fluktuasi harga pangan	15	0,27	3	0,82
Total	55	1	11	2,76

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 6 menunjukkan hasil analisis Matriks EFAS, faktor ancaman memperoleh skor total sebesar 2,76. Ancaman yang memiliki skor tertinggi adalah fluktuasi harga pangan (0,82). Selanjutnya, persaingan pasar modern memperoleh skor 0,76, diikuti perubahan kebijakan pemerintah (0,71), sedangkan daya beli masyarakat memiliki skor terendah yaitu 0,47.

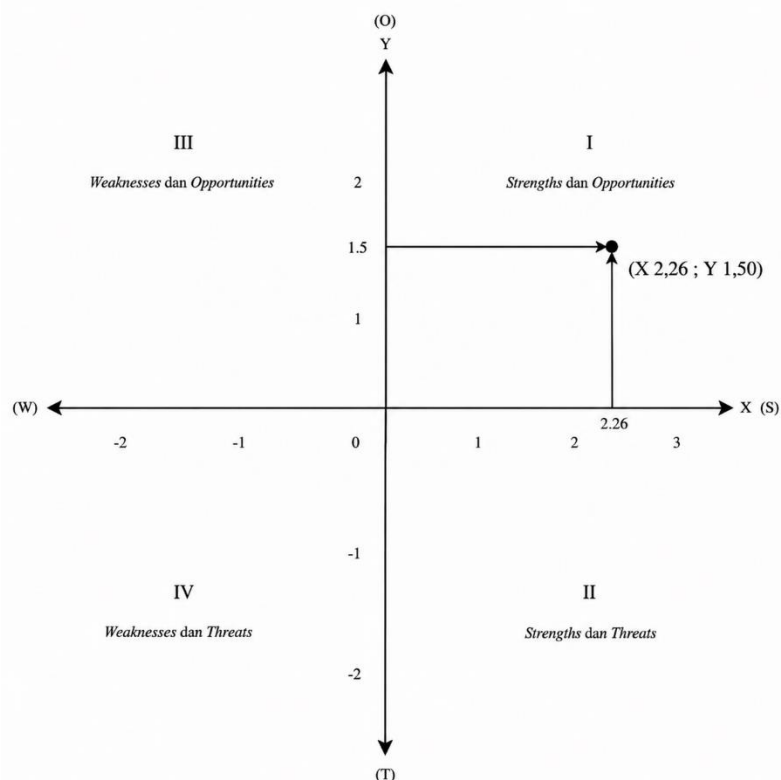
Berdasarkan hasil pengolahan data faktor internal yang menunjukkan matriks *External Factor Analysis Strategic* (EFAS) diperoleh nilai *Opportunity* (Peluang) sebesar 4,26 dan *Threat* (Ancaman) sebesar 2,76

Analisa IFAS dan EFAS

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, matriks IFE menunjukkan skor sebesar 2,26 yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo berada pada posisi yang cukup kuat dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta mampu mengelola kelemahan yang ada secara cukup efektif. Di sisi lain, hasil matriks EFE dengan skor 1,5 menunjukkan bahwa kemampuan Toko Tani dalam merespons peluang eksternal dan menghadapi berbagai ancaman masih berada pada tingkat yang relatif rendah. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk diterapkan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo adalah strategi yang berfokus pada perbaikan dan penguatan kondisi internal.

Diagram SWOT

Hasil matriks Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats (SWOT), dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram SWOT

Gambar 2 menunjukkan koordinat $X = 2,26$ dan $Y = 1,50$ yang menempatkan usaha pada Kuadran I (*Strengths–Opportunities*). Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kondisi yang kuat karena didukung oleh faktor internal yang lebih dominan dibandingkan kelemahan serta memiliki peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha. Dengan berada pada Kuadran I, Toko Tani disarankan menerapkan strategi SO (*Strengths–Opportunities*), yaitu strategi yang berorientasi pada pertumbuhan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk menangkap dan memaksimalkan peluang yang ada. Melalui strategi ini, usaha dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mengembangkan usahanya secara lebih optimal dan berkelanjutan.

Analisis Matriks SWOT

Analisis SWOT yang memanfaatkan data dari matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh koordinat pada Kuadran I (*Strengths–Opportunities*). Posisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang lebih dominan dibandingkan kelemahan serta didukung oleh peluang eksternal yang cukup besar. Oleh karena itu, strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi S–O (*Strengths–Opportunities*), yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, seperti kualitas pelayanan, dukungan pemerintah, dan akses kepada pelaku UMKM, untuk menangkap peluang yang tersedia guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha. Dengan demikian, Toko Tani berada pada kondisi yang menguntungkan sehingga dapat menerapkan strategi pertumbuhan yang agresif melalui pengembangan layanan, perluasan pemasaran, dan peningkatan kualitas usaha secara berkelanjutan.

Tabel 7. Matriks SWOT Toko Tani Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo

Faktor Internal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	Pelayanan ramah dan sopan	Promosi kurang maksimal
Faktor Eksternal	Proses transaksi cepat	Variasi produk terbatas
	Memiliki dukungan kuat dari pemerintah	Fasilitas pelayanan kurang memadai
Opportunity (Peluang)	Akses ke pelaku UMKM	Kurangnya pelatihan
	Strategi S-O	Strategi W-O
Kesadaran pangan sehat meningkat	Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk memperluas pemasaran produk.	Meningkatkan promosi melalui media digital dan media sosial.
Pendampingan oleh bidang pengembangan	Mengoptimalkan pelayanan yang ramah dan transaksi cepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.	Mengembangkan variasi produk sesuai kebutuhan pasar.
Teknologi digital penjualan	Memperluas jaringan UMKM guna meningkatkan akses pasar.	Memanfaatkan program pemerintah untuk peningkatan fasilitas usaha.

Kerjasama petani lokal Memanfaatkan teknologi digital untuk Mengikuti pelatihan dan
mendukung pengembangan usaha. pendampingan guna meningkatkan
kompetensi SDM.

Threat (Ancaman)	Strategi S-T	Strategi W-T
Perubahan kebijakan pemerintah	Memanfaatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.	Meningkatkan kegiatan promosi agar mampu bersaing dengan kompetitor.
Persaingan pasar modern	Memanfaatkan dukungan pemerintah dalam menghadapi persaingan usaha.	Menambah variasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
Daya beli masyarakat	Memperkuat kerja sama dengan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing.	Memperbaiki fasilitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
Fluktuasi harga pangan	Menyesuaikan strategi usaha terhadap perubahan pasar dan teknologi.	Meningkatkan pelatihan SDM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar.

Tabel 7 menunjukkan bahwa strategi S-O diterapkan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Toko Tani, seperti dukungan pemerintah, pelayanan yang baik, dan kerja sama dengan UMKM untuk memperluas pemasaran serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital. Strategi W-O dilakukan dengan mengatasi kelemahan melalui peningkatan promosi, pengembangan variasi produk, perbaikan fasilitas pelayanan, serta pelatihan sumber daya manusia. Strategi S-T berfokus pada pemanfaatan kualitas pelayanan, dukungan pemerintah, dan kerja sama dengan UMKM untuk menghadapi persaingan dan perubahan kondisi pasar. Sementara itu, strategi W-T diarahkan pada peningkatan promosi, penambahan variasi produk, perbaikan fasilitas pelayanan, dan peningkatan kompetensi SDM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta perubahan lingkungan bisnis. Dengan penerapan keempat strategi tersebut, Toko Tani diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan dan daya saing secara berkelanjutan.

Usulan Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, masih terdapat beberapa kelemahan pada kualitas layanan Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo, yaitu promosi yang belum maksimal, variasi produk yang masih terbatas, fasilitas pelayanan yang kurang memadai, serta kurangnya pelatihan bagi sumber daya manusia. usulan perbaikan yang cocok untuk dapat diterapkan pada Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo adalah meningkatkan promosi melalui media digital dan media sosial agar jangkauan pemasaran semakin luas serta mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu, perlu dilakukan penambahan variasi produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masyarakat serta peningkatan fasilitas pelayanan untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. Kompetensi sumber daya manusia juga perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan secara berkala agar mampu memberikan pelayanan yang lebih profesional serta beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Di samping itu, Toko Tani perlu mengoptimalkan dukungan pemerintah, memperkuat kerja sama dengan pelaku UMKM dan petani lokal, serta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan penjualan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan, memperluas pangsa pasar, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan daya saing Toko Tani secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar dan perubahan kondisi lingkungan eksternal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT mampu mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kualitas layanan Toko Tani di Dinas Pangan dan Pertanian Kabupaten Sidoarjo. Faktor internal menunjukkan bahwa Toko Tani memiliki kekuatan berupa pelayanan yang ramah, proses transaksi yang cepat, dukungan pemerintah, dan akses kepada pelaku UMKM, meskipun masih terdapat kelemahan seperti promosi yang belum optimal, variasi produk yang terbatas, fasilitas pelayanan yang kurang memadai, serta kurangnya pelatihan. Dari sisi eksternal, Toko Tani memiliki peluang yang besar melalui meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pangan sehat, perkembangan teknologi digital, dan kerja sama dengan petani lokal, namun juga menghadapi ancaman berupa perubahan kebijakan pemerintah, persaingan pasar modern, daya beli masyarakat, dan fluktuasi harga pangan. Berdasarkan hasil analisis, Toko Tani berada pada Kuadran I (Strengths–Opportunities), sehingga strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk mengoptimalkan peluang yang ada guna meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, serta daya saing Toko Tani secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan Dinas Pangan dan Pertanian Sidoarjo.

Referensi

1. S. Fahrul Aji Prayogi, Teddy Istanto, and Marsujitullah, "SISTEM INFORMASI PEMASARAN TOKO TANI INDONESIA CENTER (TTIC) DINAS KETAHANAN PANGAN KABUPATEN MERAUKE BERBASIS WEB," *Musamus Journal Of Research Information and Communication Technology*, vol. 4, no. 2, pp. 68–76, 2022.
2. S. H. H. Neni Dwi Yulianita, "Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Pertanian Barokah Desa Jenggawah Kecamatan Jenggawah," *Jambura*, vol. 4, no. 2, pp. 140–151, 2022.
3. A. Putra and P. Prihono, "Perbaikan Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Swot Di Shopee Express Balongbendo Hub," *PROFISIENSI J. Progr. Stud. Tek. Ind.*, vol. 12, no. 2, pp. 081–087, 2025, doi: 10.33373/profis.v12i2.6779.
4. M. Yusuf Hidayat and J. Z. Aidil Saifuddin S, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Teknis Menggunakan Metode Swot-Ahp Di Pt X," *Jambura*, vol. 1, no. 1, pp. 83–89, 2025.
5. P. B. S. Rachmad Zainuri, "TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS: ANALISIS SWOT DALAM MANAJEMEN KEUANGAN

[ISSN 2598-9936 \(online\), https://ijins.umsida.ac.id](https://ijins.umsida.ac.id), published by [Universitas Muhammadiyah Sidoarjo](https://ijins.umsida.ac.id)

Copyright © Author(s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY).

- PERUSAHAAN," Jurnal Maneksi, vol. 12, no. 1, pp. 22–28, 2023.
6. W. Zainudin Iba, BUKU METODE PENELITIAN, Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara, 2023.
 7. I Gusti Nyoman Alit Brahma, "ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEUNGGULAN PADA UD. KACANG SARI DI DESA TAMBLANG," Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, vol. 9, no. 2, pp. 397–407, 2017.
 8. D. Kusbandono, "ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAN PENGUATAN STRATEGI BISNIS (STUDY KASUS PADA UD. GUDANG BUDI, KEC. LAMONGAN)," vol. 4, no. 2, 2019.
 9. D. C. I. Rita Satria, "Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, vol. 6, pp. 5490–5500, 2024, doi: 10.47467/alkharaj.v6i7.3020.
 10. S. S. P. Masdar Wiyono and Firdaus Solihin, "Aplikasi Penilaian Kuliah Kerja Nyata Universitas Trunojoyo Madura Menggunakan Metode Rating Scale," Jurnal Ilmiah REKAYASA, vol. 10, no. 1, pp. 23–33, 2017.
 11. Syahputra et al., "Decision Support System For Selecting The Best Lecturer Using The Simple Additive Weighting (Saw) Method," J. Artif. Intell. Eng. Appl., vol. 4, no. 3, pp. 1934–1937, 2025, doi: 10.59934/jaiea.v4i3.1081.
 12. E. D. S. Devi Khoiriyah, "KUALITAS PELAYANAN TOUR LEADER PT WEHA JALAN JALAN," Juornal Systems, vol. 5, no. 5, pp. 3588–3602, 2024.
 13. Kinerja, "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PETERNAKAN AYAM PEDAGING BAPAK ADI SUSANTO MELALUI ANALISIS SWOT DI KOTA PALANGKA RAYA," Journal Socio Economic Agricultural, vol. 5, no. 2, pp. 37–44, 2021.
 14. M. Z. Abiddin, I. Mas'udin, and D. M. Utama, "Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT Dan TOPSIS," J. Tek. Ind., vol. 18, no. 1, pp. 55–67, 2017, doi: 10.22219/jtiumm.vol18.no1.55-67.
 15. Syafa'at and A. Wahid, "Shoe Product Marketing Strategy Using SWOT Analysis Method with IFAS," J. Knowl. Ind. Eng., vol. 11, no. 2, pp. 61–73, 2024.
 16. Taqwanur and Mega Bilqis Suryawantiningtyas, "Analysis of IFAS and EFAS as Strategic Management for the Development of Kemenkan Banana Chips UMKM Bekasi," G-Tech J. Teknol. Terap., vol. 6, no. 2, pp. 295–305, 2022.