ARTIKEL

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MAKANAN RINGAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN BERBASIS MATRIKS SWOT (STUDI KASUS PADA "UD. SEJAHTERA *FOOD*" DI KECAMATAN SENDANG KABUPATEN TULUNGAGUNG)

DEVELOPMENT STRATEGY OF SNACKS BUSINESS BASED SWOT MATRIX (CASE STUDY ON "UD. SEJAHTERA FOOD" IN SENDANG DISTRICTS TULUNGAGUNG)

Oleh:

Fryska Maike Adhani

13.1.02.02.0172

Dibimbing oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.**
2. **Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:Fryska Maike Adhani
NPM	:13.1.02.02.0172
Telepun/HP	:085648122655
Alamat Surel (Email)	:fryska.adhani@gmail.com
Judul Artikel	: Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan dalam Rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Berbasis Matriks SWOT (Studi Kasus pada "UD. Sejahtera *Food*" di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung)
Fakultas – Program Studi	:Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 01 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. NIDN. 0730088001	Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd. NIDN. 0730127403	Fryska Maike Adhani NPM. 13.1.02.02.0172

Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan dalam Rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Berbasis Matriks SWOT (Studi Kasus pada "UD. Sejahtera *Food*" di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung)

Fryska Maike Adhani
13.1.02.02.0172
Ekonomi - Manajemen
fryska.adhani@gmail.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. dan Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya pengusaha kecil yang dalam menjalankan bisnisnya tidak menerapkan strategi penjualan yang sistematis. Sehingga pengusaha perlu mengenali kekuatan dan kelemahan usaha serta mengetahui peluang serta ancaman yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha. Dengan mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan, akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta dapat digunakan untuk menyusun strategi untuk meningkatkan omzet penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan yang akan digunakan untuk membuat strategi pengembangan usaha guna meningkatkan omzet penjualan "UD. Sejahtera *Food*". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini tidak memerlukan besarnya populasi atau sampel. Pada penelitian ini lebih ditekankan persoalan ke dalam (kualitas) dan bukan banyaknya (kuantitas) data.

Kesimpulan dari penelitian "UD. Sejahtera *Food*" berada pada kuadran I (satu) yaitu pada posisi *rowth* (pertumbuhan). Dengan hasil skor kekuatan 2.27, kelemahan 1.80, peluang 2.23 dan ancaman 1.75. Pada posisi ini "UD. Sejahtera *Food*" dapat meningkatkan omzet penjualan dengan cara meningkatkan pemasaran dan meningkatkan jumlah produksi menggunakan teknologi yang sudah ada.

KATA KUNCI : Evaluasi Faktor Internal (EFI), Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), Analisis SWOT, Strategi Pengembangan

I. LATAR BELAKANG

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor UKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UKM pun telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh.

Meningkatnya jumlah UKM yang ada di kabupaten Tulungagung juga didukung oleh banyaknya pariwisata yang ditawarkan di Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ana potensi sektor pariwisata di Kabupaten Tulungagung berpengaruh dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD). Dengan mengembangkan potensi sektor pariwisata yang dimiliki Kabupaten Tulungagung akan mempengaruhi besarnya penerimaan dari sektor pariwisata sehingga dapat meningkatkan PAD. Seperti halnya di Kecamatan Sendang terdapat berbagai tempat wisata seperti Air Terjun Lawean, Candi Penampihan, Kebun Teh, Kebun Bunga, Telaga Aqua, serta Wisata Edukasi *Outbond.* Wisata-wisata tersebut akan meningkatkan daya tarik Kecamatan Sendang di mata wisatawan. Pastinya wisatawan yang datang ke Kecamatan Sendang ini tidak hanya berasal dari Kabupaten Tulungagung saja melainkan juga berasal dari luar kota.

Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, akan meningkatkan pula peluang usaha yang ada di Kecamatan Sendang. Biasanya produk makanan ringan menjadi pilihan wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh saat berkunjung ke tempat wisata. Peluang ini dimanfaatkan oleh Pak Diamoen untuk membuka toko oleh-oleh di Kecamatan Sendang yang bernama "UD. Sejahtera *Food*". Toko oleh-oleh ini menawarkan aneka makanan ringan yang berasal dari umbi-umbian. Toko oleh-oleh ini didirikan pada Tahun 2014 dan saat ini masih dalam tahap pertumbuhan.

Salah satu hal yang menarik perhatian dari "UD. Sejahtera *Food*" adalah toko oleh-oleh ini tergolong baru, namun peminat dari produk yang dihasilkan sudah sampai luar kota seperti Malang, Sragen, dan Semarang. Kegiatan produksinya pun sudah menggunakan peralatan yang modern.

Namun sebagai usaha kecil di pedesaan "UD. Sejahtera *Food*" ini belum menerapkan strategi penjualan yang sistematis. Sehingga pengusaha perlu mengenali kekuatan dan kelemahan usaha serta mengetahui peluang serta ancaman yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha. Hal ini akan sangat membantu perusahaan

dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang ada pada "UD. Sejahtera *Food*". Serta membuat strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan omzet penjualan makanan ringan di "UD. Sejahtera *Food*".

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil judul **"Strategi Pengembangan Usaha Makanan Ringan dalam Rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Berbasis Matriks SWOT (Studi Kasus pada "UD. Sejahtera *Food*" di Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung)".**

Kajian Teori

Menurut Muhammad (2013:6) "manajemen strategi diartikan sebagai usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan perusahaan untuk mengeks-ploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditentukan".

Menurut Pearce dan Robinson (2014:156) "analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategi perusahaan".

Penilaian faktor eksternal mengung-kapkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman besar yang dihadapi suatu organisasi sehingga manajer dapat merumuskan strategi guna mengambil keuntungan dari berbagai peluang tersebut dan menghindar atau meminimalkan dampak dari ancaman yang muncul.

Menurut David (2009:120) "tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihadapinya."

1. Penilaian Internal

Manajemen, pemasaran, keuangan/ akuntansi, prosuksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi menajemen merepresentasikan operasi inti dari sebagian besar bisnis. Audit manajemen strategis operasi internal suatu perusahaan penting bagi kesehatan organisasional. Banyak perusahaan masih lebih suka dinilai semata-mata berdasarkan kinerja umum mereka. Namun demikian, semakin banyak organisasi yang berhasil menggunakan audit internal untuk memperoleh keunggulan kompetitif atas para pesaing mereka.

2. Penilaian Eksternal

Penilaian faktor eksternal mengungkapkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman besar yang dihadapi suatu organisasi sehingga manajer dapat merumuskan strategi guna mengambil keuntungan dari berbagai peluang tersebut dan menghindar atau meminimalkan dampak dari ancaman yang muncul.

Menurut David (2009:120) "tujuan audit eksternal adalah untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihadapinya."

Strategi SO dirumuskan dengan pertimbangan bahwa manajemen hendak memanfaatkan kekuatan perusahaan dan keunggulan bersaing yang dimiliki untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang tersedia. Strategi ini bersifat agresif, memacu pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu strategi ini juga disebut maksi-maksi karena manajemen mencoba menggunakan apa yang serba positif (maksimal) yang kini dimiliki.

Menurut Muhammad (2013:175) untuk mewujudkan matriks SWOT tersebut diperlukan pelaksanaan tahapan berikut ini:

1. Manajemen sendiri maupun bersama konsultan melakukan identifikasi dan inventori terhadap kekuatan dan kelemahan yang sekarang dimiliki oleh perusahaan (unit usaha strategi), dengan menggunakan salah satu pendekatan yang lazim digunakan dalam manajemen strategi. Disamping itu manajemen juga perlu melakukan perbandingan dengan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.
2. Manajemen mendeteksi lingkungan bisnis makro dan mikro (industri dan pesaing) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, kini dan masa yang akan datang. Manajemen dipersilahkan menggunakan bantuan salah satu atau kombinasi berbagai teknik yang biasa digunakan dalam manajemen strategik.
3. Manajemen mencoba merumuskan pilihan strategi yang mungkin dapat diimplementasikan dengan cara menggunakan refleksi atas berbagai kemungkinan kombinasi dari indikator kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang telah ditemukan pada dua langkah sebelumnya. Tersedia empat macam strategi, yakni SO (maksi-maksi), WO (mini-maksi), ST (maksi-mini), dan WT (mini-mini).

Strategi WO diperoleh ketika manajemen mencoba meman-faatkan peluang bisnis yang tersedia untuk mengurangi bahkan mengeliminasi

kelemahan perusahaan yang ada. Strategi ini disebut mini-maksi karena yang maksimal hanya satu variable, yakni peluang: sedangkan satu variable lainnya dinilai sebagai sesuatu yang minimal karena hanya berupa kelemahan. Strategi ini tidak seagresif yang disebut pertama, karena manajemen tidak sepenuhnya dapat memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia.

Strategi ST lahir dari analisis manajemen yang hendak menggunkan kekuatan dan keunggulan yang dimiliki untuk menghindari efek negatif dari ancaman bisnis yang dihadapi. Perusahaan memiliki keunggulan tetapi tidak dapat memanfaatkannya secara maksimal karena yang tersedia hanya ancaman bisnis.

Strategi WT pada dasarnya lebih merupakan strategi bertahan yakni strategi bisnis yang masih mungkin ditemukan dan dipilih dengan meminimalisasi kelemahan dan menghindari ancaman bisnis. Strategi ini hanya sedikit memberikan ruang gerak bagi manajemen.

Empat macam pilihan strategi tersebut dapat berasal dari analisis kombinasi dua inidkator dengan cara sederhana, yakni satu indikator dari satu variabel tertentu dengan satu indikator lain dari variabel lain. Salah satu strategi dalam SO bisa terbentuk dari satu indikator dari variabel S dan satu indikator dari variabel O, mislanya. Di samping itu pilihan strategi juga dapat berasal dari analisis kombinasi banyak (lebih dari satu) indikator dari satu variabel tertentu dengan banyak indikator dari variabel lain secara sekaligus.

II. METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini tidak memerlukan besarnya populasi atau sampel. Pada penelitian ini lebih ditekankan persoalan kedalam (kualitas) dan bukan banyaknya (kuantitas) data.

Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai pengumpul data dan sebagai instrumen aktif dalam upaya mengumpulkan data-data di lapangan. Sedangkan instrumen pengumpulan data yang lain selain manusia adalah berbagai bentuk alat-alat bantu dan berupa dokumen-dokumen lainnya yang dapat digunakan untuk menunjang keabsahan hasil penelitian, namun berfungsi sebagai instrumen pendukung. Pada penelitian ini kehadiran peneliti diketahui oleh informan dari “UD. Sejahtera *Food*”, karena peneliti datang langsung untuk meminta dan mengumpulkan data. Oleh karena itu, kehadiran peneliti secara langsung di lapangan sebagai tolak ukur keberhasilan

untuk memahami kasus yang diteliti, sehingga keterlibatan peneliti secara langsung dan aktif dengan informan dan atau sumber data lainnya di sini mutlak diperlukan.

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lokasi di "UD. Sejahtera *Food*" yang berada di Desa Sendang Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungagung.

Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis terdapat tiga komponen utama yang harus benar-benar dipahami oleh setiap peneliti kualitatif. Tiga komponen tersebut adalah:

1. Reduksi Data.
2. Sajian Data.
3. Penarikan Simpulan dan Verifikasinya.

Tiga komponen tersebut terlibat dalam proses analisis dan saling berkaitan serta menentukan hasil akhir analisis. Reduksi dan sajian data disusun pada waktu peneliti sudah mendapatkan unit data dari sejumlah unit yang sudah berahkir, peneliti mulai melakukan usaha untuk menarik kesimpulan dan verifikasinya berdasarkan semua hal yang terdapat dalam reduksi maupun sajian datannya. Bila simpulan dirasa kurang mantap karena kurangnya rumusan dalam reduksi maupun sajian datanya, maka peneliti wajib kembali melakukan kegiatan pengumpulan data yang sudah terfokus untuk mencaripendukung simpulan yang ada dan juga bagi pendalaman data. Dalam keadaan ini tampak bahwa penelitian kualitatif prosesnya dalam bentuk siklus. Biasanya sebelum peneliti mengakhiti proses pelaksanaan penelitiannya dan menyusun laporan, kegiatan pendalaman data ke lapangan studinya dilakukan untuk menjamin mantapnya hasil akhir penelitian. Namun semuanya itu sangat tergantung darimantapnya keyakinan peneliti terhadap apa yang telah diperolehnya selama dalam perjalanan pelaksanaan penelitiannya.

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga jenis triangulasi data sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Yaitu membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber dengan cara mancari sumber lain sebagai pembanding data yang di peroleh dari narasumber.

2. Triangulasi Metode

Yaitu terdapat dua strategi, pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik dan pengumpulan data dan pengecekan derajat

kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

3. Triangulasi Teori

Yaitu beranggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Salah satu teknik keabsahan data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Hal ini merupakan salah satu pemekriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar itu untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.

Pemeriksaan dan pengecekan dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah melalui sumber lain yaitu dengan cara membandingkan data hasil pengamatan hasil wawancara dengan teori yang di pakai.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu Mei sampai Juni 2017 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Nusantara PGRI Kediri Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, UD. Sejahtera *Food*, hingga persetujuan Pemilik UD. Sejahtera *Food* sebagai informan.

1. Analisis Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan adalah ubi ungu, singkong, talas, dan juga pisang. Pisang diperoleh dari Kecamatan Pucang Laban sedangkan yang lainnya diperoleh dari petani lokal dan dari pasar sekitar. Pemilik usaha tidak perlu bingung mendapatkan bahan baku karena sudah ada pemasok yang memenuhi kebutuhan bahan baku. Jumlah bahan baku yang digunakan sangat melimpah, sehingga dapat dijadikakan kekuatan dalam menjalankan kegiatan usaha.

2. Analisis Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi dilakukan setiap hari. Namun setiap harinya produk yang dihasilkan berbeda-beda. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen yang beragam. Setiap harinya UD. Sejahtera Food mampu menghasilkan antara 30-70 kg produk jadi.

3. Analisis Sumber Daya Manusia

Jumlah tenaga kerja UD. Sejahtera Food adalah 3 orang beserta istri. Dalam merekrut tenaga kerja tidak ada prosedur yang khusus. Selain itu juga tidak adanya standar operasional (*Standart Operating Procedure*) dalam kegiatan produksi. Padahal hal ini sangat penting dalam suatu kegitan usaha. hal ini berguna untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Semua kegiatan produksi seharusnya memiliki prosedur standar yang harus

dilakukan oleh para karyawan. Agar kualitas barang yang dihasilkan sama.

4. Analisis Pemasaran

Dalam memasarkan produk, UD. Sejahtera *Food* aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan bazar yang diadakan oleh kecamatan maupun kabupaten. Selain itu juga tergabung dalam komunitas UMKM yang ada di Kabupaten Tulungagung yang dijadikan wadah untuk berbagi informasi dengan sesama pemilik UMKM. Selain itu usaha ini juga memiliki kedai untuk memasarkan produk-produknya yang terletak di tepi jalan raya, sehingga mudah dijangkau oleh pengunjung. Usaha ini juga sudah memiliki pengepul dari berbagai kota yangvsetiap bulan rutin mengambil produk dari tempat usaha ini.

Namun sayang, kelemahannya adalah UD. Sejahtera *Food* belum memaksimalkan internet dan media sosial dalam memasarkan produknya. Sekarang ini sudah banyak aplikasi-aplikasi *online shop* seperti tokopedia, elevania atau bhineka.com yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Salah satu aplikasi yang mudah digunakan oleh penjual adalah tokopedia. Dengan menggunakan aplikasi ini, kita bisa memasukkan gambar produk yang ingin kita jual. Kita juga bisa memasukkan deskripsi produk dengan detail. Selain itu aplikasi ini juga aman digunakan karena tokopedia sebagai pihak katiga, jadi pembayaran tidak langsung ke penjual tetapi memalui tokopedia terlebih dahulu. Dengan aplikasi tersebut akan ada banyak pengguna sosial media yang mampu menjangkau produk-produk yang ditampilkan dalam aplikasi tersebut. Sehingga permintaan produk akan semakin meningkat.

5. Analisis Modal Kerja

Modal usaha yang digunakan UD. Sejahtera *Food* sebesar Rp 30.000.000,- yang digunakan untuk membeli bahan baku dan peralatan produksi. Pemilik usaha hanya mengandalkan modal sendiri karena menghindari hutang. Selain itu "UD. Sejahtera *Food*" juga tidak melakukan pembukuan dengan baik. Sehingga pemilik usaha tidak dapat mengendalikan pemasukan dan pengeluaran yang ada. Padahal dengan adanya pembukuan ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan deskripsi hasil pene-litian diatas munculah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi jalannya kegiatan usaha. Faktor-faktor ini berisikan tentang kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh "UD. Sejahtera *Food*".

Berikut ini adalah daftar kekuatan yang dimiliki "UD. Sejahtera *Food*":

1. Bahan baku disekitar wilayah tempat usaha melimpah. Selain itu juga didukung oleh adanya pemasok yang memenuhi kebutuhan bahan baku "UD. Sejahtera *Food*".
2. Tempat yang strategis..
3. Tersedia tenaga kerja yang memadahi.
4. Pangsa pasar kalangan menengah ke bawah banyak.
5. Teknologi yang digunakan sudah canggih.
6. Cita rasa yang ditawarkan "UD. Sejahtera *Food*" berbeda dengan produk keripik lainnya.

Berikut ini adalah daftar kelemahan yang dimiliki "UD. Sejahtera *Food*":

1. Belum memaksimalkan internet dan sosial media.
2. Tingkat pendidikan formal rendah.
3. Tidak melakukan pembukuan dengan baik.
4. Dana investasi dan modal kerja terbatas.

Berikut ini adalah daftar peluang yang dimiliki "UD. Sejahtera *Food*":

1. Tergabung dalam komunitas UMKM se-Kabupaten Tulungagung..
2. Dukungan dan perhatian pemerintah yang baik.
3. Permintaan produk tinggi.
4. Adanya pengepul dari berbagai kota.
5. Banyaknya pariwisata yang akan dibangun di Kecamatan Sendang akan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke kedai ini.

Berikut ini adalah daftar ancaman yang dimiliki "UD. Sejahtera *Food*":

1. Iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif.
2. Alokasi dana dari pemerintah terbatas.
3. Adanya pesaing dari desa tetangga yang memproduksi barang yang sama.
4. Kualitas bahan baku yang tidak menentu.

Analsis SWOT dan Strategi Pengembangan

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu unit usaha atau perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

1. Faktor Strategi Internal

Dengan menggunakan analisis internal, posisi "UD. Sejahtera *Food*" dijelaskan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1
Evalusi Faktor Internal (EFI) "UD. Sejahtera *Food*"

No.	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Bahan baku melimpah	0.10	5	0.50
2.	Tempat	0.08	5	0.40

	Strategis			
3.	Tersedia tenaga kerja yang memadahi	0.07	3	0.27
4.	Pangsa pasar kalangan menengah ke bawah besar	0.08	4	0.32
5.	Teknologi sudah canggih	0.07	4	0.28
6.	Cita rasa produk	0.10	5	0.50
Jumlah				2.27
Kelemahan				
1.	Belum memaksimalkan internet dan sosial media	0.15	4	0.60
2.	Tingkat pendidikan formal rendah	0.10	3	0.30
3.	Tidak melakukan pembukuan dengan baik	0.15	4	0.60
4.	Dana investasi dan modal kerja terbatas	0.10	3	0.30
Jumlah				1.80

Sumber: Data dioalah (2017)

2. Faktor Strategi Eksternal

Dengan menggunakan analisis eksternal, posisi "UD. Sejahtera *Food*" dijelaskan dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Evalusi Faktor Eksternal (EFE) "UD. Sejahtera *Food*"

No.	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Tergabung dalam komunitas UMKM	0.07	4	0.28
2.	Dukungan dan perhatian pemerintah yang baik	0.08	4	0.32
3.	Permintaan produk tinggi	0.10	5	0.50
4.	Adanya pengepul dari berbagai kota	0.12	4	0.48
5.	Banyak pariwisata yang akan dibangun	0.13	5	0.65
Jumlah				2.23
Ancaman				
1.	Iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif	0.10	3	0.30
2.	Alokasi dana dari pemerintah terbatas	0.15	4	0.60
3.	Saingan produk dari desa tetangga	0.15	3	0.45
4.	Kualitas bahan baku yang tidak menentu	0.10	4	0.40
Jumlah				1.75

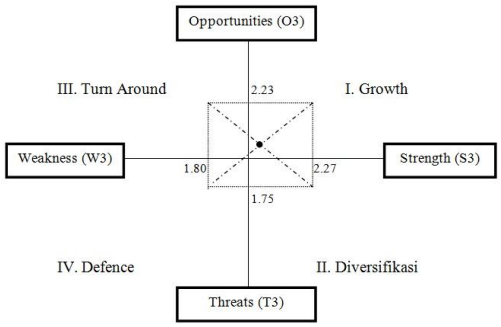
Sumber: Data dioalah (2017)

Dari hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari "UD. Sejahtera Food" diperoleh matrik yang ditampilkan dalam tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Matriks Internal-Eksternal "UD. Sejahtera *Food*"

No.	Matrik		Skor	Rata-rata
1.	Internal	Kekuatan	2.27	2.035
		Kelemahan	1.80	
2.	Eksternal	Peluang	2.23	1.990
		Ancaman	1.75	

Sumber: Data dioalah (2017)



Gambar 1
Diagram Swot UD. Sejahtera Food

Dari empat kemungkinan alternatif strategi yang diperoleh di atas, strategi yang paling tepat digunakan oleh "UD. Sejahtera *Food*" guna tetap meningkatkan penjualan adalah strategi SO. Dimana

strategi SO menggunakan *Strength* untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan. Strategi yang dapat diaplikasikan adalah Meningkatkan pemasaran ke tempat pariwisata dan meningkatkan jumlah produksi menggunakan teknologi yang sudah ada. Selanjutnya peneliti mengambangkan strategi dengan menggunakan konsep *Marketing Mix* P7 yaitu:

1. Produk

Produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompertitor. "UD. Sejahtera *Food*" selalu memunculkan inovasi produk berupa rasa yang berbeda dengan yang lain serta dikemas dengan rapi dan sesuai dengan standar pengemasan yang baik. Produk yang ditawarkan antara lain stik pisang, sale pisang, keripik pisang, stik ubi ungu, carang mas, keripik ubi ungu, keripik singkong, singkong gadung, mangleng, stik talas, dan keripik talas.

2. *Price* (Harga)

Harga yang ditawarkan cukup terjangkau yakni antara Rp 5.000 sampai dengan Rp 7.000. Dengan Rp 5.000 konsumen dapat menikmati keripik yang sedap. Harga ini sangatlah murah jika dibandingkan dengan rasa yang didapatkan konsumen. Sehingga konsumen akan lebih tertarik membeli produk di tempat ini.

3. *Promotion* (Promosi)

Untuk memperluas pasar "UD. Sejahtera *Food*" harus memanfaatkan media sosial seperti *facebook*, aplikasi *online shop* seperti tokopedia, elefania dan lain sebagainya. Dengan menambah promosi yang dilakukan baik di media sosial maupun di toko oleh-oleh maka semakin banyak konsumen yang mengenal dan tertarik dengan produk "UD. Sejahtera *Food*". Dengan begitu akan menambah jumlah permintaan barang pada "UD. Sejahtera *Food*".

4. *Place* (Tempat)

Lokasi usaha berada di tepi jalan raya utama menuju lokasi wisata sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau tempat ini. Perluasan tempat usaha juga dapat menjadi strategi yang dapat diimplementasikan guna menampung pengunjung yang banyak. Selain itu "UD. Sejahtera *Food*" juga bisa bekerja sama dengan pengelola pariwisata untuk menjual langsung produknya di tempat wisata tersebut. Sehingga pengunjung dapat langsung membeli oleh-oleh tanpa harus datang ke pusat produksi.

5. *People* (Partisipan)

Sumber daya manusia yang dipekerjakan adalah orang-orang yang sudah ahli dalam membuat makanan ringan ringan. Sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mengadakan pelatihan mengolah produk.

6. *Physical Evidence* (Analisa Lingkungan Fisik)

"UD. Sejahtera *Food*" ini berlokasi di sebuah desa yang belum ramai orang berjualan makanan ringan sejenis. Toko oleh-oleh didekorasi seperti swalayan sehingga pengunjung dapat memilih produk sesuai keinginan. Pengunjung juga bisa langsung melihat kegiatan produksi, sehingga bias menambah daya tarik pengunjung.

7. *Process* (Proses)

Dalam proses jual beli ini pemilik usaha membebaskan konsumen untuk memilih dan mengambil sendiri produk yang mereka inginkan. Selain itu pelayanan yang ramah membuat konsumen merasa nyaman berbelanja di sana.

Berdasarkan hasil analisis SWOT "UD. Sejahtera *Food*" memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi diatas rata-rata kemampuan sehingga "UD. Sejahtera *Food*" dapat mengendalikan para pesaing yang ada.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan, "UD. Sejahtera *Food*" berada pada kuadran I (satu) yaitu pada posisi *Growth* (pertumbuhan). Pada posisi ini "UD. Sejahtera *Food*" dapat mengkom-binasikan peluang dan kekuatan perusahaan untuk meningkatkan omzet penjualan. Hal yang bisa dilakukan yaitu meningkatkan pemasaran dan meningkatkan jumlah produksi menggunakan teknologi yang sudah ada.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Ana, B.K. 2013. *Analisis Potensi Dan Kontribusi Sektor Pariwisata Dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah* (Studi Kasus Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungaguang). Cendekia Akuntansi Vol.1 No. 2 – Mei 2013 ISSN 2338-3593, tersedia: http://publikasi.uniska-kediri.ac.id/data/uniska/CendekiaAkuntansi/Vol1No2Mei2013/Akuntansi-Cendekia-vol1no2mei2013-09.BintiKhoirulAna.pdf. (Diunduh pada tanggal 17 April 2017)

David, F.R. 2009. *Manajemen Stategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

Muhammad, S. 2013. *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Pearce dan Robinson. 2014. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.