

PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM MAKANAN KHAS WAJIT CILILIN HANI HANDAYANI

Djoko Pitoyo*¹, Muhammad Fadhil Hibatullah²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sangga Buana,
Jl. PHH. Mustofa No. 68, Bandung 40124

Abstrak

UMKM wajit Cililin Ibu Hani Handayani memproduksi wajit bervariasi rasa diantaranya ketan hitam, pandan, nangka, coklat, wajit dodol kacang merah. Dilakukan analisis perencanaan strategi untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan agar dapat bersaing dan memenangkan persaingan. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT, analisis SWOT, matriks IFE dan EFE, matriks IE, matriks TOWS, matriks QSPM. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, UMKM wajit Cililin Ibu Hani Handayani saat ini membutuhkan alternatif strategi pengembangan produk atau jasa. Hal ini dikarenakan bahwa nilai total attractive score (TAS) lebih tinggi diantara alternatif lainnya yaitu 6,68. Pengembangan produk atau jasa dilakukan dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk olahan wajit Cililin usaha Ibu Hani Handayani dipasar dengan mengembangkan produk wajit yang lama maupun yang baru serta menggunakan teknologi canggih dalam memproduksi wajit

Kata kunci: Analisis SWOT; Matriks IFE dan EFE; Matriks IE; Matriks TOWS; Matriks QSPM

Abstract

[FORMULATION OF MARKETING STRATEGIES IN MSMEs FOOD SPECIALTY WAJIT CILILIN HANI HANDAYANI] UMKM wajit Cililin Mrs. Hani Handayani produces wajit with various flavors including black glutinous rice, pandanus, jackfruit, chocolate, red bean dodol wajit. Strategic planning analysis is carried out to find the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the company in order to compete and win the competition. In this study using swot analyst method, SWOT analysis, IFE and EFE matrices, IE matrix, TOWS matrix, QSPM matrix. From the results of the research that has been carried out, UMKM in Cililin, Mrs. Hani Handayani, currently need alternative strategies for developing products or services. This is because the total attractive score (TAS) is higher than other alternatives, namely 6.68. Product or service development is carried out by improving and improving the quality of processed products of Cililin wajit, Mrs. Hani Handayani's business in the market by developing old and new wajit products and using advanced technology in producing wajit

Keywords: SWOT Analysis; IFE and EFE Matrix; IE Matrix; TOWS Matrix; QSPM Matrix

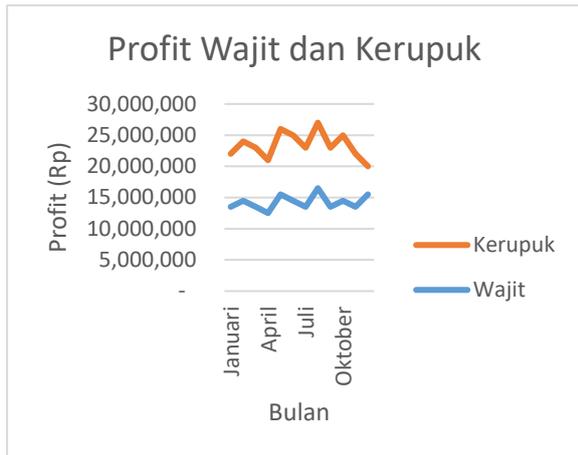
1. Pendahuluan

Kedudukan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memegang peranan penting dan strategis. Di Indonesia, telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian Indonesia. (Wahkyuni et al. 2021). Jumlah UMKM mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah.

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Suatu perusahaan dapat disebut sebagai UMKM jika memperoleh keuntungan maksimal Rp.2,5 miliar dari usahanya dan memiliki ekuitas atau kekayaan bersih paling paling banyak Rp.10 miliar (Kara 2013).

*Penulis Korespondensi.

E-mail: djoko.pitoyo@usbypkp.ac.id

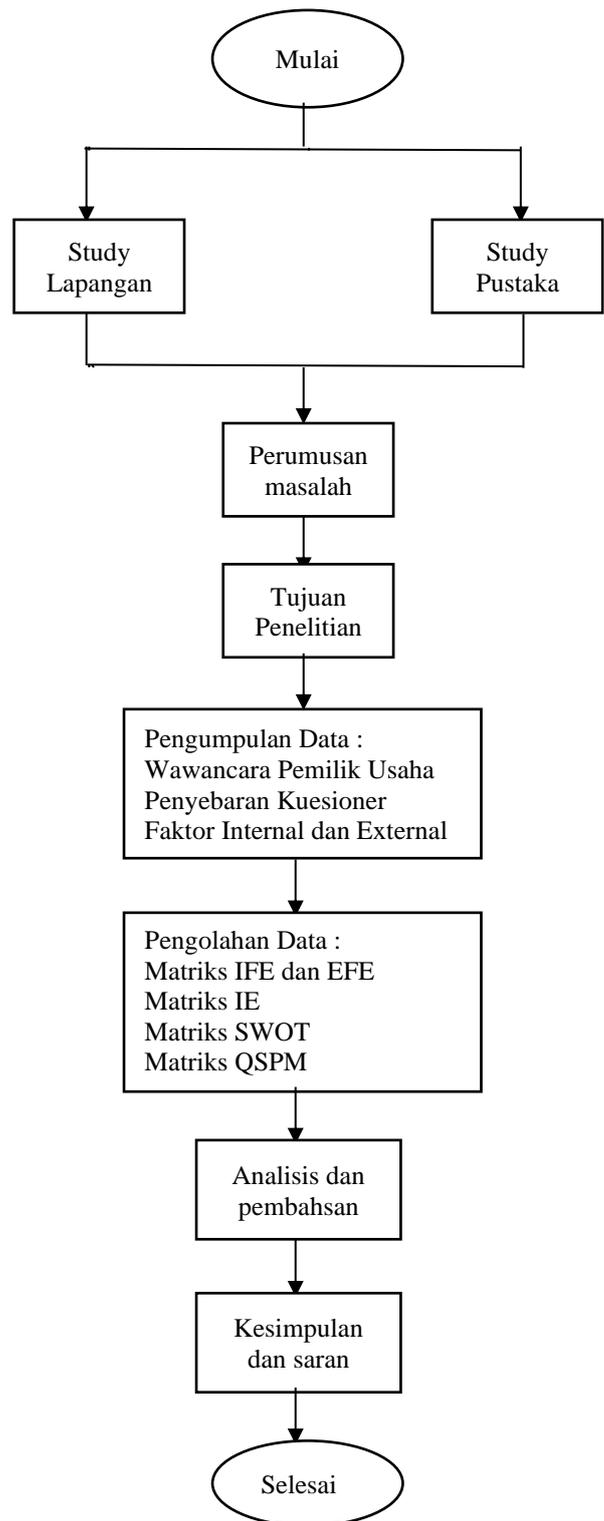


Gambar 1. Profit Wajit dan Kerupuk

Saat ini UMKM wajit di Kecamatan Cililin berjumlah 19 (Wijaya 2019). pengusaha dengan saling berdekatnya antar lokasi dan banyak pesaing yang melakukan inovasi wajit yang lebih modern varian rasa, bentuk, dan harga mengharuskan pengusaha wajit ibu Hani Handayani untuk melihat dan memanfaatkan peluang yang ada serta dapat membuat strategi untuk mengembangkan bisnis UMKM wajitnya agar dapat bersaing dengan pengusaha wajit yang lainnya yang ada di Cililin. Peluang tersebut tentunya harus dimanfaatkan oleh individu ataupun kelompok dalam hal positif untuk mendapatkan keuntungan, salah satunya dalam peluang bisnis (Kotler 2007). Peluang bisnis yang diciptakan tentunya harus kreatif, menarik, dan khas, yang bisa diterima oleh masyarakat luas. Bisnis yang dilakukan bisa berbentuk produk atau jasa, atau kedua-duanya disatukan (David 2011).

Dalam menghadapi persaingan, para pelaku bisnis harus mampu menyusun strategi untuk bersaing. Strategi penting bagi pelaku bisnis karena merupakan bagian dari aktivitas yang dirancang untuk menjalankan aktivitas bisnis. Semakin baik dan tepat strategi bisnis yang diterapkan semakin kuat dalam menghadapi persaingan bisnis dan mampu unggul dalam persaingan (Nyimas Ekinavita Putri, Retno Astuti, and Shyntia Atica Putri 2014).

2. Metode Penelitian

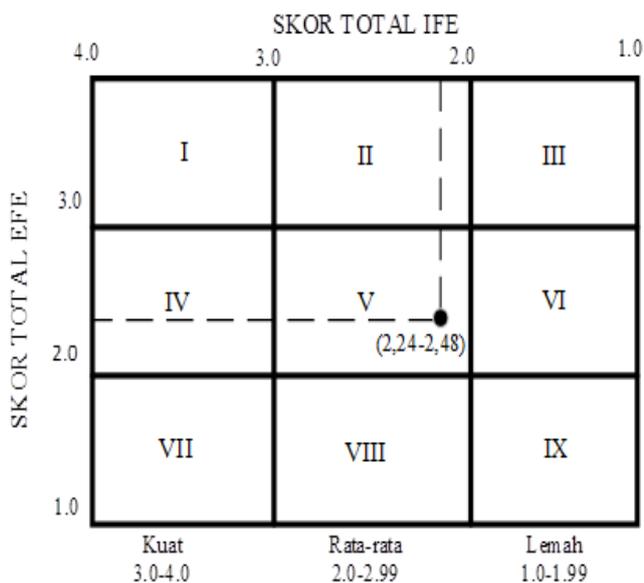


Gambar 2. Kerangka Penelitian

3. Hasil dan Pembahasan Tahap Masukan

Dari hasil wawancara dan berdasarkan kriteria fungsi bisnis yang dilakukan pada wajit Cililin Ibu Hani Handayani dapat disimpulkan bahwa ada 10 faktor lingkungan *internal* yang ada di perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani yang terdiri dari 5 faktor kekuatan yaitu pilihan menu rasa wajit beragam, adanya aset berwujud berupa lahan atau tempat pembuatan, mempunyai pekerja yang sudah berpengalaman, memiliki merek dagang yang cukup dikenal oleh konsumen dan 5 faktor untuk kelemahan yaitu bahan baku daun jagung sulit didapat, manajemen keuangan yang masih bersifat konvensional, Belum menjadi perusahaan CV, penggunaan media promosi lewat online belum ada, tidak mencantumkan masa kadaluarsa. Serta 10 faktor yang mempengaruhi faktor *external* yang didapat menggunakan analisis PESTEL (Bakhtani 2021), pada perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani, ada 5 faktor peluang yaitu promosi media social youtube, Instagram, memperluas pangsa pasar, perubahan penggunaan teknologi, loyalitas dari konsumen sangat tinggi, wajit bisa di konsumsi berbagai kalangan dan 5 faktor ancaman yaitu munculnya kompetitor yang baru yang memiliki inovasi yang lebih modern, belum memperluas cabang, keterlambatan pengiriman bahan baku seperti daun jagung, harga bahan baku terkadang naik turun, pengaruh kualitas bahan baku dari pemasok. Pada tahap ini pengolahan data menggunakan dua matriks yaitu matriks IFE dan matriks EFE (Rangkuti 2013). Pada tahap masukan ini matriks EFE lebih besar dari pada matriks IFE yaitu 2.48, bahwa faktor lingkungan eksternal di perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani sangat kuat dari pada faktor lingkungan internal perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani

Tahap Pencocokan



Gambar 3. Kuadran Matriks IFE dan EFE

1. Matriks IE (*Internal-External*)

Pada gambar dibawah Dari hasil pengolahan matriks IE seperti terlihat bahwa wajit Cililin Ibu Hani Handayani berada pada sel nomor V, artinya perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani saat ini sedang berada pada tahap jaga dan pertahankan. Alternatif strategi yang harus dilakukan jika perusahaan berada dalam tahap ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. (David 2004)

2. Adapun dari matriks TOWS ini terdapat 10 langkah strategi yang dapat dilakukan perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani. Dari 10 langkah strategi tersebut dikelompokkan menjadi 3 strategi yaitu, pengembangan produk/jasa, penetrasi pasar, *joint venture*.

Tahap Keputusan

Untuk memutuskan strategi mana yang dipilih digunakan matriks QSPM (Rangkuti.F 2006). ini dibuat berdasarkan angket yang diisi oleh pemimpin usaha wajit Cililin. Dari hasil matriks QSPM, terlihat bahwa alternatif strategi terlihat bahwa alternatif strategi yang paling tinggi nilai TAS (*Total Attractive Score*) 6.68 sedangkan untuk alternatif strategi nilai yang paling rendah TAS (*Total Attractive Score*) yaitu alternatif strategi *joint venture* dengan nilai 4.44, didapat hasil bahwa alternatif strategi untuk perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani ini dengan TAS tertinggi adalah pengembangan produk. Melihat dari kondisi perusahaan saat ini dan memprediksi perusahaan di masa yang akan datang. Maka alternatif strategi untuk perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani ini yaitu strategi pengembangan produk. Dengan dilakukannya penerapan alternatif strategi pengembangan produk ini maka usaha dari wajit Cililin Ibu Hani Handayani dapat meningkatkan penjualan dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk olahan wajit Cililin usaha Ibu Hani Handayani dipasar dengan mengembangkan produk wajit. Pada alternatif strategi ini usaha wajit Cililin Ibu Hani Handayani dapat terus melakukan inovasi dari produk lama maupun dengan produk baru dengan menambah varian rasa yang lebih modern contohnya dengan membuat es krim yang dipadukan dengan wajit, bentuk wajit yang lebih unik maupun dari kemasan yang modern untuk menarik perhatian para konsumen untuk membeli wajit Cililin Ibu Hani Handayani pada produk olahan wajit yang dihasilkannya atau yang akan diproduksi, transfer teknologi canggih paling baru untuk proses produksi, meningkatkan standar mutu hasil produk olahan wajit. Sehingga perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani ini bisa bersaing dan mempertahankan eksistensinya di masyarakat.

4. Kesimpulan

1. Usaha wajit Cililin Ibu Hani handayani ini memiliki 10 faktor *internal* yang terdiri dari 5 faktor kekuatan yaitu pilihan menu rasa wajit beragam, adanya aset berwujud berupa lahan atau tempat pembuatan, mempunyai pekerja yang

sudah berpengalaman, memiliki merek dagang yang cukup dikenal oleh konsumen dan 5 faktor untuk kelemahan yaitu bahan baku daun jagung sulit didapat, manajemen keuangan yang masih bersifat konvensional, Belum menjadi perusahaan CV, penggunaan media promosi lewat online belum ada, tidak mencantumkan masa kadaluarsa. Serta 10 faktor yang mempengaruhi faktor *external* pada perusahaan wajit Cililin Ibu Hani Handayani, ada 5 faktor peluang yaitu promosi media social youtube, Instagram, memperluas pangsa pasar, perubahan penggunaan teknologi, loyalitas dari konsumen sangat tinggi, wajit bisa di konsumsi berbagai kalangan dan 5 faktor ancaman yaitu munculnya kompetitor yang baru yang memiliki inovasi yang lebih modern, belum memperluas cabang, keterlambatan pengiriman bahan baku seperti daun jagung, harga bahan baku terkadang naik turun, pengaruh kualitas bahan baku dari pemasok

2. Dari beberapa alternatif strategi tersebut, hanya ada satu alternatif strategi yang saat ini dibutuhkan oleh UMKM wajit Cililin Ibu Hani Handayani, yaitu alternatif strategi pengembangan produk . Alasannya karena dengan strategi ini UMKM wajit Cililin Ibu Hani Handayani diharapkan lebih Inovasi untuk membuat produk wajit yang lama maupun dengan produk wajit yang baru dengan menambah varian rasa dan bentuk kemasan yang lebih modern untuk menarik perhatian para konsumen untuk membeli wajit Cililin Ibu Hani Handayani dan penggunaan teknologi canggih paling baru untuk melakukan proses produksi.

Daftar Pustaka

- Bakhtani, Divesh Gope. 2021. "Rencana Bisnis Pendirian Usaha Café Pure Coffee Di Kelapa Gading." *Institutional Repository* 1.
- David, Fred R. 2004. *Manajemen Strategis*. 7th ed. Jakarta: Pt Intan Sejati Klaten.
- David, Fred R. 2011. *Starategic Management Concept And Cases*. 13th ed.
- Kara, Muslimin. 2013. "Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Makasar." *Ilmu Syari'ah san Hukum* 47(1).
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisis, Pemasaran, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*.
- Nyimas Ekinavita Putri, Retno Astuti, and Shyntia Atica Putri. 2014. "Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis Swot Dan Metode Qspm (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang)." *Journal Industri* 3: 93–106.
- Rangkuti.F. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. 13th ed. ed. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*.
- Wahkyuni, Emi, Nasrudin Setiawan, Nurafina Siregar, and Abdi Setiawan. 2021. "Mendorong Perubahan Mindset Dan Motivasi Pelaku Umkm Selama Masa Pandemi Di Wilayah Kota Padangdimpuan." *Pengabdian Pada Masyarakat* 1(1): 123–28.
- Wijaya, Rangga Wisnu. 2019. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Wajit (Studi Kasus Pada Sentra Industri Wajit Di Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat)."