

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Wedang Jahe Instan Jawaru di Kabupaten Garut

Rd. Putry Mentari Aeni¹, Tatang Mulyana², Muhamad Nu'man Adinasa³

^{1,2,3}Agribisnis, Universitas Garut, Indonesia

putry0730@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima Agustus 2022

Direvisi Agustus 2022

Disetujui Agustus 2022

Diterbitkan Agustus 2022

ABSTRACT

Wedang Jahe Instan Jawaru is a traditional health drink ginger-based produced by UMKM Jawaru. This study aims to identify the company's internal and external factors, and identify the best strategy that can be applied to the development of UMKM Jawaru in Pasirwaru Village, Blubur Limbangan District, Garut Regency. The research method used is a qualitative and quantitative method for 10 key informants. Internal factors include strengths and weaknesses from within the company consisting of management, production and operations, finance, marketing, and human resources, while external factors include opportunities and threats from outside the company consisting of economic, social & cultural, political, policy, legal, technology and competitors. The results showed that the internal factor that became the strength of the UMKM Jawaru was the quality of the product with a score of 0.43, as well as the internal factor that became a weakness was control management with a score of 0.14, while the external factor that became an opportunity was the rapid development of the internet with a score of 0.68, as well as external factors that pose a threat was competition with products that have been around for a long time with a score of 0.24, and there are 8 alternative strategies resulting from the development of the SWOT strategy types that can be applied in UMKM Jawaru.

Keywords: Development Strategy; SWOT; Wedang Jahe.

ABSTRAK

Wedang Jahe Instan Jawaru merupakan minuman kesehatan tradisional berbahan dasar jahe yang diproduksi oleh UMKM Jawaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, dan mengidentifikasi strategi terbaik yang dapat diterapkan untuk pengembangan UMKM Jawaru di Desa Pasirwaru, Kecamatan Blubur Limbangan, Kabupaten Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif terhadap 10 orang *key informan*. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan yang terdiri dari manajemen, produksi serta operasi, keuangan, pemasaran, dan SDM, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang serta ancaman dari luar perusahaan yang terdiri dari ekonomi, sosial dan budaya, politik, kebijakan, hukum, teknologi dan para pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan UMKM Jawaru adalah kualitas produk dengan skor sebesar 0,43, serta faktor internal yang menjadi kelemahan yaitu manajemen pengendalian dengan skor sebesar 0,14, sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang adalah perkembangan pesat internet dengan skor sebesar 0,68, serta faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu persaingan dengan produk yang sudah lama ada dengan skor sebesar 0,24, dan terdapat 8 alternatif strategi hasil dari pengembangan tipe strategi SWOT yang dapat diterapkan di UMKM Jawaru.

Kata kunci: Strategi Pengembangan; SWOT; Wedang Jahe.

PENDAHULUAN

Pada penghujung tahun 2019 masyarakat di seluruh dunia digemparkan oleh penyebaran cepat Virus Corona atau yang kemudian dikenal dengan nama *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19). Peristiwa Covid-19 yang berdampak negatif terhadap kesehatan membuat banyak masyarakat menjadi sadar bahwa gaya hidup sehat sangatlah penting. Adanya *awareness* yang meningkat menyebabkan masyarakat memilih untuk mengonsumsi makanan dan minuman sehat [1]. Berdasarkan data BPS [2], terjadi kenaikan penjualan suplemen makanan sebesar 0,8 juta unit dari sebelum pandemi Januari-Maret 2020 ke setelah pandemi April-Juni 2020. Selain itu, menurut Edi Rusyandi, Anggota DPRD Jawa Barat, setelah merebaknya Pandemi Covid-19, berbagai jenis tanaman obat asli Indonesia seperti kunyit, jahe merah dan lainnya banyak diburu oleh masyarakat sehingga mengalami kenaikan permintaan [3].

Jahe merupakan tanaman yang memiliki manfaat baik untuk meningkatkan imunitas tubuh, sistem pencernaan, melawan peradangan, serta obat tradisional untuk pilek dan mual. Hal tersebut bisa terjadi karena jahe memiliki sifat antioksidan, antiradang, dan antibakteri yang mampu memperkuat daya tahan tubuh dan mencegah infeksi. Apalagi di saat pandemi asupan untuk meningkatkan imunitas tubuh sangat diperlukan untuk mencegah Covid-19, sehingga terjadi peningkatan permintaan terhadap jahe ataupun olahan berbahan dasar jahe. Jahe dapat diolah menjadi beberapa produk olahan seperti jahe instan, serbuk jahe, jahe segar, asinan jahe, anggur jahe, kopi jahe, dan lain-lain [4]. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Garut dari data terakhir tahun 2016 jumlah UMKM di Kabupaten Garut mengalami peningkatan jumlah unit sebesar 37,76% pada tahun 2022, dari total 259.141 menjadi 357.017 unit, serta 26 unit diantaranya merupakan UMKM yang bergerak pada bidang produksi olahan minuman berbahan dasar jahe, dan salah satunya yaitu UMKM Jawaru [5].

Jawaru merupakan salah satu UMKM di Desa Pasirwaru Kecamatan Blubur Limbangan yang bergerak dalam bidang produksi minuman kesehatan. Produk yang dijual adalah wedang jahe instan dengan merek Jawaru "Jawara Pasirwaru". Produk tersebut dikemas dalam bentuk standing pouch alumunium dengan tiga varian rasa yaitu, original, gula aren, dan madu, serta dijual dalam ukuran 250 gram dengan harga Rp.25.000. Komposisi dari produk Wedang Jawaru yaitu jahe, gula, rempah, dan tambahan bahan untuk varian rasa. Namun, usaha ini masih memiliki beberapa kendala yang dialami. Beberapa kendala internal diantaranya yaitu proses produksi yang masih tradisional, pemasaran yang belum luas, kemasan yang belum ekonomis (hanya dijual dalam satu kemasan besar 250 gram). Serta selain itu juga terdapat kendala eksternal yaitu persaingan dengan usaha sejenis dan munculnya pendatang baru.

Tabel 1. Data Penjualan Produk Wedang Jahe Instan Jawaru

No	Tahun	Total Penjualan (pcs)			Jumlah (pcs)	Pendapatan (Rp)
		Original	Gula Aren	Madu		
1	2020 (September-Desember)	325	410	270	1005	25.125.000
2	2021 (Januari-April)	415	520	328	1263	31.575.000
3	2021 (Mei - Agustus)	137	172	118	427	10.675.000
4	2021 (September-Desember)	54	106	45	205	5.125.000
5	2022 (Januari-April)	114	135	129	378	9.450.000

No	Tahun	Total Penjualan (pcs)			Jumlah (pcs)	Pendapatan (Rp)
		Original	Gula Aren	Madu		
6	2022 (Mei-Juni)	89	117	113	319	7.975.000
	Total	1134	1460	1003	3597	89.925.000

Sumber: Data UMKM Jawaru, 2022 [6]

Berdasarkan tabel 1, total pendapatan dan penjualan produk UMKM Jawaru mengalami peningkatan pada awal tahun 2021 (Januari hingga April) yaitu sebesar 25,67%. Total pendapatan terbesar yang diperoleh yaitu pada awal tahun 2021 (Januari hingga April) dengan jumlah pendapatan sebesar Rp.31.575.000 serta total produk terjual yaitu sebanyak 1.263 pcs. Total penjualan produk dan pendapatan terus mengalami penurunan yang signifikan mulai dari bulan Mei 2021 hingga Juni 2022. Ketua UMKM Jawaru mengungkapkan penyebab terjadinya penurunan yaitu salah satunya karena persaingan produk sejenis yang bermunculan serta persaingan dengan produk yang telah ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, serta mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan di UMKM Jawaru.

METODE

Penelitian ini dilakukan di UMKM Jawaru yang terletak di Desa Pasirwaru, Kecamatan Blubur Limbangan, Kabupaten Garut. Pemilihan tempat penelitian dilakukan secara disengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa UMKM Jawaru merupakan UMKM unggulan di Kecamatan Blubur Limbangan serta produk wedang jahe yang memiliki potensi tinggi untuk dikembangkan di era new normal ini. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei 2022 hingga Juni 2022.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dan kuantitatif untuk mempermudah proses analisis UMKM Jawaru. Metode kualitatif dan kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data lapangan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan pengisian kuisioner di UMKM Jawaru. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Garut, internal perusahaan, hasil riset dan studi literatur.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan *key informan* pada penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu informan merupakan orang yang dianggap paling tahu mengenai objek dan masalah yang akan diteliti. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 10 orang meliputi Ketua UMKM Jawaru, bendahara, sekretaris, bagian produksi, Ketua BUMDES, dan lima orang pelanggan atau *reseller*.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus yang dikuantitatifkan untuk mempermudah proses analisis UMKM Jawaru. Serta pengolahan data penelitian dilakukan secara deskriptif. Alat analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT yang terdiri dari dua tahap formulasi strategi yaitu :

1. *Input Stage*

Input stage atau tahap pemasukan terdiri dari Matriks IFE dan Matriks EFE yang bertujuan untuk memberikan input informasi dasar untuk matriks tahap pencocokan dan pembuat keputusan. Matriks IFE adalah matriks yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal perusahaan, dan dikembangkan untuk melihat atau mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Sedangkan Matriks EFE adalah matriks yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan, dan dikembangkan untuk memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman. Analisis lingkungan menggunakan matriks IFE dan EFE dilakukan dengan pemberian bobot dan rating pada setiap faktor strategis, sehingga diperoleh skor tertimbang.

2. *Matching Stage*

Tahap pencocokan bertujuan untuk menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor kunci internal dan eksternal. Pada tahap ini terdapat dua alat analisis yang digunakan yaitu Matriks IE dan Matriks SWOT. Matriks IE digunakan untuk menentukan posisi perusahaan. Matriks IE didasarkan oleh dua dimensi yaitu skor total tertimbang IFE pada sumbu X dan skor tertimbang total EFE pada sumbu Y. Jika posisi perusahaan berada pada sel I, II, atau IV maka strategi yang dapat diterapkan yaitu tumbuh dan dibangun. Jika berada pada sel III, V, dan VII maka strategi yang dapat diterapkan adalah ditahan dan dijaga. Jika berada pada sel VI, VIII, atau IX maka strategi yang dapat diterapkan yaitu panen dan divestasi. Matriks SWOT digunakan untuk memperoleh alternatif strategi untuk perusahaan. Matriks SWOT adalah alat pencocokan paling penting untuk mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*Strenghts-Opportunities*), WO (*Weaknesses-Opportunities*), ST (*Strenghts-Threats*), dan WT (*Weaknesses-Threats*).

Berikut merupakan operasional variabel dalam penelitian analisis strategi pengembangan usaha wedang jahe instan berdasarkan David [7] yang disajikan pada tabel 2:

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Kekuatan dan Kelemahan	Manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian)
	Produksi dan Operasi (kapasitas produksi, persediaan, kualitas produk, dan varian produk)
	Keuangan (pengelolaan permodalan dan pembukuan)
	Pemasaran (harga, distribusi, promosi, sasaran pasar, dan lokasi)
	Sumber Daya Manusia (jumlah tenaga kerja dan keahlian tenaga kerja).
Peluang dan Ancaman	Ekonomi (kondisi ekonomi masyarakat dan mitra kerja)
	Sosial Budaya (gaya hidup), politik, kebijakan, dan hukum (bantuan pemerintah dan kebijakan pemerintah),
	Teknologi (perkembangan internet pesat)
	Pesaing (potensi masuknya pesaing baru dan antar perusahaan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Jawaru merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang pengolahan minuman kesehatan tradisional berbahan dasar herbal yaitu jahe dan tambahan rempah lainnya yang berdiri pada September 2020. UMKM Jawaru terletak di Desa Pasirwaru, Kecamatan Blubur Limbangan, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Produk yang diproduksi yaitu wedang jahe instan dengan tiga varian rasa yaitu original, gula aren, dan madu, yang dijual dengan kemasan *standing pouch* alumunium ukuran 250 gram.

Input Stage

Matriks IFE yaitu alat yang digunakan untuk memberikan rating dan bobot terhadap faktor-faktor strategis internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari hasil identifikasi lingkungan internal untuk memperoleh skor tertimbang sehingga dapat mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi perusahaan. Hasil Matriks IFE disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3. Hasil Matriks IFE

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot Rata-Rata	Rating Rata-Rata	Skor
Kekuatan			
1. Manajemen perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan telah dilaksanakan sesuai dengan unsur-unsur setiap fungsi manajemen	0.07	3.30	0.22
2. Selalu ada persediaan produk siap jual	0.08	3.10	0.23
3. Kualitas produk dari rasa, aroma, desain kemasan. sudah baik, enak, menarik, dan khas, serta memiliki perijinan.	0.11	4.00	0.43
4. Pengelolaan permodalan dan pembukuan keuangan dilakukan dengan baik.	0.07	3.50	0.25
5. Harga produk pas sesuai dengan harga pasaran	0.11	3.80	0.41
6. Promosi dilakukan secara <i>online</i> dan <i>offline</i>	0.08	3.10	0.25
7. Tenaga kerja memiliki keahlian yang baik	0.07	3.30	0.24
Kelemahan			
1. Manajemen pengendalian karyawan belum terlaksana dengan baik sesuai dengan unsur fungsi manajemen pengendalian karyawan yaitu adanya aturan, sanksi, dan <i>reward</i>	0.08	1.90	0.14
2. Belum bisa memenuhi permintaan pasar	0.10	1.10	0.11
3. Variasi kemasan hanya ada satu ukuran.	0.07	1.40	0.10
4. Belum memiliki transportasi atas milik perusahaan.	0.05	1.90	0.10
5. Lokasi belum strategis	0.05	1.30	0.07
6. Jumlah tenaga kerja masih kurang	0.07	1.50	0.11
Total	1.00		2.66

Berdasarkan tabel 3, hasil analisis Matriks IFE menunjukkan bahwa skor tertinggi faktor kekuatan yaitu kualitas produk dengan skor sebesar 0,43 serta harga produk pas dengan skor sebesar 0,41. Sedangkan skor tertinggi faktor kelemahan yaitu manajemen pengendalian dengan skor sebesar 0,14, belum bisa memenuhi

permintaan pasar dengan skor 0,11, dan jumlah tenaga kerja yang masih kurang dengan skor 0,11. Total skor faktor internal UMKM Jawaru meliputi kekuatan dan kelemahan yaitu sebesar 2,66.

Matriks EFE yaitu alat yang digunakan untuk memberikan rating dan bobot terhadap faktor-faktor strategis eksternal meliputi peluang dan ancaman yang diperoleh dari hasil identifikasi lingkungan eksternal untuk memperoleh skor tertimbang sehingga dapat mengetahui faktor apa yang paling berpengaruh terhadap perusahaan. Hasil Matriks EFE dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Matriks EFE

Faktor-Faktor Strategis Eksternal	Bobot Rata-Rata	Rating Rata-Rata	Skor
Peluang			
1. Pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat pada tahun 2022 setelah pandemi.	0.13	3.70	0.49
2. Terdapat mitra kerja dengan pemasok bahan, <i>reseller</i> , BUMDES, dan jasa pengiriman.	0.10	3.40	0.34
3. Gaya hidup sehat masyarakat.	0.17	4.00	0.66
4. Perkembangan pesat internet	0.17	4.00	0.68
Ancaman			
1. Membutuhkan bantuan permodalan dari pemerintah dalam pengembangan usaha	0.10	1.40	0.15
2. Munculnya pesaing baru.	0.17	1.30	0.21
3. Persaingan dengan produk yang sudah lama ada.	0.17	1.40	0.24
Total	1.00		2.76

Berdasarkan tabel 4, hasil analisis Matriks EFE menunjukkan bahwa skor tertinggi faktor eksternal yang menjadi peluang yaitu perkembangan pesat internet dengan skor sebesar 0,68 serta gaya hidup sehat masyarakat dengan skor sebesar 0,66. Sedangkan skor tertinggi faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu persaingan dengan produk yang sudah lama ada dengan skor sebesar 0,24 dan munculnya pesaing baru dengan skor 0,21. Total skor faktor eksternal UMKM Jawaru meliputi kekuatan dan kelemahan yaitu sebesar 2,76.

Matching Stage

Matriks IE merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan. Matriks IE didasarkan oleh dua dimensi yaitu skor total tertimbang IFE pada sumbu X dan skor tertimbang total EFE pada sumbu Y. Posisi perusahaan dapat menentukan strategi apa yang cocok diterapkan di perusahaan, Posisi UMKM Jawaru disajikan pada gambar 1.

Berdasarkan gambar 1, hasil analisis menggunakan Matriks IFE dan EFE diperoleh skor tertimbang IFE sebesar 2,66 dan skor tertimbang EFE sebesar 2,76, maka hasil analisis menggunakan Matriks IE menunjukkan bahwa posisi UMKM Jawaru berada pada sel V dengan strategi pengelolaan yaitu ditahan dan dijaga. Strategi umum yang dapat digunakan pada sel V yaitu penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar yaitu mengembangkan pasar yang telah ada dengan berfokus pada perluasan pangsa pasar dengan tujuan untuk menarik pelanggan baru serta menarik pelanggan dari pesaing. Pengembangan produk

yaitu mengembangkan produk yang sudah ada dengan unsur-unsur yang dapat memikat pelanggan [7].

Penetrasi pasar yang dapat dilakukan oleh UMKM Jawaru yaitu meningkatkan promosi secara online dan offline, memanfaatkan perkembangan teknologi pesat, mempertahankan harga produk yang pas, berpindah ke lokasi yang lebih strategis, menambah alat transportasi, menjaga dan menambah hubungan dengan mitra-mitra. Serta pengembangan produk yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan persediaan produk, mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk, menambah alat atau teknologi produksi, dan menambah variasi ukuran kemasan.

SKOR TERTIMBANG TOTAL IFE

SKOR TERTIMBANG TOTAL EFE		Kuat 3,0 - 4,0	Rata-Rata 2,0 -2,99	Lemah 1,0-1,99
	Tinggi 3,0-4,0	(I) Tumbuh dan dibangun	(II) Tumbuh dan dibangun	(III) Ditahan dan dijaga
	Sedang 2,0-2,99	(IV) Tumbuh dan dibangun	(V) Ditahan dan dijaga	(VI) Panen dan divestasi
	Rendah 1,0-1,99	(VII) Ditahan dan dijaga	(VIII) Panen dan divestasi	(IX) Panen dan divestasi

Gambar 1. Matriks IE UMKM Jawaru

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk memperoleh alternatif-alternatif strategi yang dihasilkan melalui analisis SO (Strenghts-Opportunities), WO (Weaknesses-Opportunities), ST (Strenghts-Threats), dan WT (Weaknesses-Threats) berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang akan digunakan di perusahaan. Hasil analisis SWOT UMKM Jawaru dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Matriks SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Manajemen perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan telah dilaksanakan sesuai dengan unsur-unsur setiap fungsi manajemen 2. Selalu ada persediaan produk siap jual. 3. Kualitas produk dari rasa, aroma, desain kemasan. sudah baik, enak, menarik, dan khas, serta memiliki perijinan.	1. Manajemen pengendalian belum terlaksana dengan baik. 2. Belum bisa memenuhi permintaan pasar 3. Variasi kemasan hanya ada satu ukuran. 4. Belum memiliki transportasi atas milik perusahaan. 5. Lokasi belum strategis 6. Jumlah tenaga kerja masih kurang

Eksternal	4. Pengelolaan permodalan dan pembukuan keuangan dilakukan dengan baik. 5. Harga produk pas sesuai dengan harga pasaran 6. Promosi dilakukan secara <i>online</i> dan <i>offline</i> . 7. Tenaga kerja memiliki keahlian yang baik	
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat pada tahun 2022 setelah pandemi. 2. Terdapat mitra kerja dengan pemasok bahan, <i>reseller</i> , BUMDES, dan jasa pengiriman. 3. Gaya hidup sehat masyarakat 4. Perkembangan pesat internet	1. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi internet dan menambah hubungan dengan mitra untuk memperluas jangkauan pemasaran produk serta memperbesar volume penjualan. (S2, S6, O1, O2, O3, O4) 2. Meningkatkan kualitas manajemen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengelolaan keuangan untuk menjaga jalannya usaha serta kepercayaan dengan mitra. (S1, S4, O2)	1. Potensi menambah teknologi produksi dan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan pasar. (W2, W6, O1, O2, O3, O4) 2. Memilih lokasi yang mudah dijangkau sehingga lebih strategis, selain itu menambah alat transportasi untuk memperlancar kegiatan pemasaran dan operasional perusahaan. (W4, W5, O1, O2) 3. Membuat peraturan yang ketat bagi karyawan mengenai penerapan protokol kesehatan dalam segala aktivitas operasional perusahaan untuk menjamin keamanan produk. (W1, O3)
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Membutuhkan bantuan permodalan dari pemerintah dalam pengembangan usaha 2. Munculnya pesaing baru. 3. Persaingan dengan produk yang sudah lama ada.	1. Meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta mempertahankan harga untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menghadapi persaingan. (S3, S5, S7, T2, T3)	1. Menambah variasi ukuran kemasan untuk menghadapi pesaing. (W3, T2, T3) 2. Mengajukan proposal bantuan UMKM kepada pemerintah. (W2, W4, W5, T1)

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang menjadi kekuatan UMKM Jawa Tengah adalah kualitas produk dengan skor sebesar 0,43, serta faktor internal yang menjadi kelemahan yaitu manajemen pengendalian dengan skor sebesar 0,14, sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang adalah perkembangan pesat internet dengan skor sebesar 0,68, serta faktor eksternal yang menjadi ancaman yaitu persaingan dengan produk yang sudah lama ada dengan skor sebesar 0,24. Berdasarkan hasil Matriks IE posisi perusahaan berada pada sel V dengan strategi bertahan dan dijaga.

Alternatif strategi yang dapat diterapkan di UMKM Jawa Tengah diantaranya: mengoptimalkan pemanfaatan teknologi internet dan menambah hubungan dengan mitra untuk memperluas jangkauan pemasaran produk serta memperbesar volume penjualan (ST 1), meningkatkan kualitas manajemen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengelolaan keuangan untuk menjaga

jalannya usaha serta kepercayaan dengan mitra (ST 2), potensi menambah teknologi produksi dan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan pasar (ST 3), memilih lokasi yang mudah dijangkau sehingga lebih strategis, selain itu juga menambah alat transportasi untuk memperlancar kegiatan pemasaran dan operasional perusahaan (ST 4), membuat peraturan yang ketat bagi karyawan mengenai penerapan protokol kesehatan dalam segala aktivitas operasional perusahaan untuk menjamin keamanan produk (ST 5), meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, serta mempertahankan harga untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menghadapi persaingan (ST 6), menambah variasi ukuran kemasan untuk menghadapi pesaing (ST 7), dan mengajukan proposal bantuan dana untuk UMKM kepada pemerintah (ST 8).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Dzulfikar, S. Jahroh, and M. M. Ali, "Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawara Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis," *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 7, no. 3, pp. 681–693, 2021, doi: 10.17358/jabm.7.3.681.
- [2] BPS, *Analisis Big Data ditengah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2020.
- [3] Website Resmi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat, "Pandemi Covid Momen Tingkatkan Budi Daya Tanaman Obat - Website Resmi Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat," 2021. https://jabarprov.go.id/index.php/news/43455/Pandemi_Covid_Momen_Tingkatkan_Budi_Daya_Tanaman_Obat (accessed Apr. 08, 2022).
- [4] dr. V. V. Handayani, "Minum Air Jahe Bisa Tingkatkan Imunitas Tubuh, Ini Faktanya," 2020. <https://www.halodoc.com/artikel/minum-air-jahe-bisa-tingkatkan-imunitas-tubuh-ini-faktanya> (accessed Oct. 18, 2021).
- [5] Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Garut, "Format Data Tunggal UMKM Kab Garut." 2022.
- [6] UMKM Jawaru, "Data Penjualan Produk Jawaru," 2022.
- [7] F. R. David, *Manajemen Strategik*, 15th ed. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2016.