

Identifikasi Permasalahan Penjualan Dengan Metode SWOT Pada UKM Gula Merah

Lenny Herawati¹, Dayal Gustopo², Prima Vitasari³

¹Mahasiswa Pasca Sarjana Magister Teknik ITN Malang

^{2,3}Teknik Industri S2, Pascasarjana ITN Malang

E-mail: lennyherawati76@gmail.com

Abstrak

Hasil produksi pada UKM ini adalah gula merah, dimana usaha kecil menengah seringkali menghadapi berbagai kendala dalam menjalankan usahanya. Tak terkecuali usaha gula merah milik UKM bapak Khoiru dimana usaha tersebut merubah produknya dari gula merah curah menjadi gula merah cetak. Beberapa kendala tersebut seperti persaingan semakin ketat, perubahan teknologi menjadikan permasalahan pada pemasaran produk gula merah. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kondisi UKM saat ini. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu pekerja bagian produksi dan manajemen pada UKM. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah random sampling yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut, Sampel dalam penelitian ini adalah 113 orang dengan rincian 100 orang konsumen dan 13 orang manajemen UKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi awal yaitu UKM pada kuadran 4, merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan dimana UKM menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Posisi ini membuktikan bahwa UKM lemah dan menghadapi tantangan besar. Dari hasil identifikasi didapatkan angka nilai -171,6 untuk internal dan -133,65 untuk faktor eksternal. Nilai -171,6 diperoleh dari jumlah total nilai *strength* dikurangi jumlah total nilai *weakness*, angka -171,6 diperoleh dari jumlah total nilai *opportunity* dikurangi dengan jumlah total nilai *threat*.

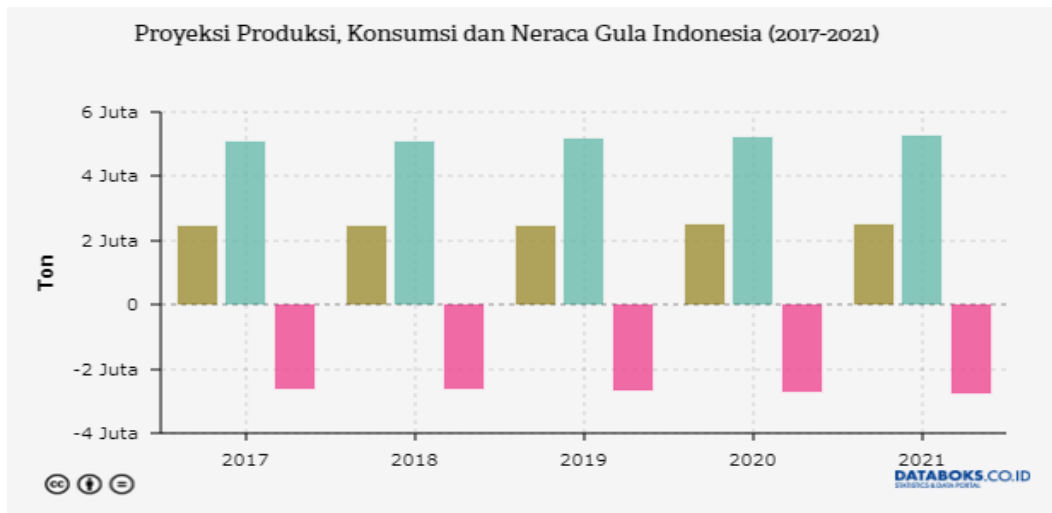
Kata Kunci : Peningkatan penjualan, SWOT, Produk gula merah

Pendahuluan

Saat ini pertumbuhan perekonomian Negara sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan jumlah penduduk yang sangat tinggi juga pelaku usaha (UKM). Disisi lain penerapan system otonomi daerah yang diserahkan secara sepenuhnya kepada masing-masing daerah membuat tiap daerah berlomba-lomba untuk mengembangkan wilayahnya dengan memanfaatkan seluruh potensi yang ada. Secara nasional usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya [1]. Pada dasarnya UKM harus memiliki strategi dalam menjalankan setiap aktifitas usahanya agar dapat tercapainya tujuan yang diinginkan UKM. Melihat kondisi UKM dimasa lalu dan banyaknya ancaman yang timbul dari pesaing maka dapat dianalisis aspek-aspek internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) untuk mengatur strategi dimasa yang akan datang dengan menggunakan analisis SWOT. Strategi yang digunakan perusahaan X yang berada pada kuadran 1 adalah *growth oriented strategy*, dimana dalam strategi ini pelaku usaha diharapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang [2]. PT. Y adalah sebuah perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran kurang maksimal dikarenakan tidak ada SDM di posisi marketing sehingga menyebabkan penurunan penjualan. Dengan permasalahan yang ada dalam perusahaan maka penelitian menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini adalah memperbaiki sistem dan meningkatkan promosi sehingga dapat memperluas target pasar dan juga

mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dengan tetap mempertahankan relasi bisnisnya [3].

Berdasarkan pada sudut pandang diatas bahwa perusahaan membutuhkan kecepatan inovasi yang didukung oleh kompetensi inti [4], menyatakan bahwa mengarahkan perusahaan pada saat ini melintasi lingkungan persaingan yang kompleks dan rumit. Hal ini menggambarkan bahwa setiap perusahaan harus mempunyai pengetahuan serta strategi usaha yang sesuai dengan jenis usaha yang dikelolanya agar perusahaan tersebut dapat dikendalikan. Selain alasan diatas UKM melihat peluang bahwa kebutuhan gula merah secara nasional belum terpenuhi bisa dilihat dari grafik permintaan gula merah secara nasional dibawah ini :



Gambar grafik Permintaan Gula Merah Nasional.
Sumber Data : Data Statistik Permintaan Gula Merah Nasional.

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa permintaan gula merah nasional per tahun adalah 5 juta ton per tahun, sedangkan yang bisa terpenuhi 2,5 juta ton per tahun sisanya belum bisa terpenuhi. Melihat kondisi seperti ini UKM ingin mengisi cerung kebutuhan gula merah secara nasional yaitu 0,002% dari kebutuhan gula merah secara nasional. Oleh karena itu UKM mempunyai target penjualan 100 ton per bulan.

Melihat kondisi saat ini bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun perkembangan teknologi yang pesat, serta banyaknya industri besar yang mulai berdatangan di Kabupaten Tulungagung yang secara tidak langsung berimbas terhadap SDM pembuat gula merah khususnya generasi muda yang memilih bekerja di industri besar dari pada menjadi pekerja gula merah. Oleh karena itu UKM gula merah perlu menerapkan strategi yang lebih tepat untuk bisa meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan industri-industri lain.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Fenomena tersebut adalah berkenaan dengan strategi peningkatan penjualan. Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats* (SWOT), akan dipergunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis, merumuskan strategi, dan selanjutnya menentukan strategi untuk meningkatkan penjualan. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu konsumen, pekerja dan pemilik UKM gula merah. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah random sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dengan perincian populasi pekerja 11 orang, manajemen UKM 2 orang, konsumen 150 orang. Kemudian diambil sampel dengan rincian 100 orang konsumen dan 13 orang manajemen UKM sehingga total sampel dalam penelitian ini adalah 113

orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini kuisioner. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah observasi, metode interview dan metode survey. Pembobotan nilai 17, 16, 15, 14, 13, 12 diperoleh dari standart UKM yang sudah settle, UKM yang memiliki jumlah penjualan yang sudah stabil yaitu UD. Restu Ibu milik Bapak Pipit di desa Slumbung Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Rata-rata diperoleh dari hasil kuisioner. Misal hasil 1,9 diperoleh dari jumlah skala likert 0, 9, 12, 4, masing-masing dibagi dengan jumlah responden yaitu $0/13 = 0$, $9/13 = 0,7$, $12/13 = 0,9$, $4/13 = 0,3$ kemudian dijumlahkan $= 0 + 0,7 + 0,9 + 0,3 = 1,9$.

Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian menunjukkan faktor internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Faktor Internal (kekuatan)

Item	Faktor Internal	Bobot	Rata-Rata	Bobot x Rata-rata
Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1.	UKM melakukan usaha dengan modal sendiri	17	1,9	32,3
2.	UKM tidak memiliki pinjaman	16	1,8	28,8
3.	Sikap dan perilaku positif pemilik UKM berpengaruh terhadap kinerja karyawan	15	1,4	21
4.	Harga produk di bawah harga pasar.	14	1,4	19,6
5.	Bahan baku terpenuhi.	13	1,6	20,8
6.	Penjualan dapat memenuhi target usaha.	13	1,8	23,4
7.	Pekerja merupakan orang yang mengetahui tentang produksi gula merah	12	1,8	21,6
TOTAL		100		167,5

Dari tabel 1 dapat diketahui total dari hasil perkalian antara bobot dikalikan rata-rata 167,52

Tabel 2 Faktor Internal (Kelemahan)

Kelemahan (<i>Weaknes</i>)		Bobot	Rata-rata	Bobot x rata-rata
1.	UKM belum mempunyai jaringan pemasaran.			
2.	Pendanaan tidak melibatkan perbankan.	18	3,4	61,2
3.	Upah tenaga kerja sesuai UMR.	17	3,1	52,7
4.	Tidak ada pembinaan dari dinas terkait.	17	3,5	59,5
5.	Fasilitas produksi masih manual.	15	3,6	54,49
6.	Pekerja tidak tetap berpengaruh pada produktifitas UKM.	14	3,5	49
TOTAL		100		339,1

Dari tabel 2 dapat diketahui total dari hasil perkalian antara bobot dikalikan dengan rata-rata 339,1

Tabel 3 Faktor eksternal (Peluang)

Item	Faktor	Bobot	Rata-Rata	Bobot x Rata-rata
Peluang (<i>Opporunity</i>)				
1.	Usaha gula merah masih jarang di sumber gempol	17	2,22	37,74
2.	Gula merah mempunyai peluang pasar yang besar	16	2,07	33,12
3.	Pengembangan SDM dapat meningkatkan jumlah penjualan	15	1,82	27,3
4.	Pesaing UKM gula merah belum banyak ditembus di sumber gempol	14	1,62	23

5.	UKM sudah mampu memenuhi permintaan konsumen	13	1,55	21
6.	Prodkt gula merah UKM ini mudah diperoleh	13	1,84	23,92
7.	Gula merah UKM ini memiliki kualitas yang bagus	12	1,84	22,08
TOTAL		100		188,16

Dari tabel 3 diperoleh total perkalian antara bobot dikalikan rata-rata adalah 188,16

Tabel 4 Faktor eksternal (Ancaman)

Ancaman (<i>Threat</i>)		Bobot	Rata-rata	Bobot x Rata-rata
1.	Banyak pesaing UKM gula merah di sumber gempol	19	3,03	57,7
2.	Harga bahan baku berpengaruh terhadap penjualan	18	3,06	55,08
3.	Gula merah UKM ini tidak mudah diperoleh	17	3,33	56,61
4.	Globalisasi pasar	17	3,32	56,44
5.	Perubahan teknologi berpengaruh pada penjualan	15	3,30	49,5
6.	Gula merah UKM ini memiliki kualitas di bawah pesaingnya	14	3,32	46,48
TOTAL		100		321,81

Dari tabel 4 diperoleh total perkalian antara bobot dikalikan rata-rata adalah 321,81. Dari hasil analisa matriks grand strategi diperoleh internal faktor analisis -171,6 dan eksternal faktor analisis -133,65. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa UKM pada posisi kuadran 4 yang merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana UKM menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Kesimpulan

Dari hasil identifikasi dapat diketahui bahwa UKM pada saat ini berada di posisi kuadran 4 dimana merupakan keadaan yang tidak menguntungkan, dari perhitungan diperoleh hasil $S = 167,5$, $W = 339,1$ sehingga diperoleh $IFAS = -171,6$ dan $O = 188,16$, $T = 321,81$ sehingga diperoleh $EFAS = -133,65$. Kuadran 4 merupakan posisi kritis yaitu UKM memerlukan perbaikan-perbaikan baik faktor internal maupun faktor eksternal. UKM menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Oleh karena itu akan dilakukan perbaikan pada kekuatan dan peluang terutama indikator yang memiliki upaya untuk dapat diperbaiki. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan pada UKM gula merah tersebut.

Daftar referensi

- [1] Gaguk Setiawan, Fuad Achmadi, Prima Vitasari, 2018. "Analisis Peningkatan Penjualan Produk kain Tenun Ikat Dengan Metode Quality Function Deployment (QFD)" Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri, Vol.4 No.1, Februari 2018.
- [2] Kaplan, Robert S, Norton, David P, 1996. "Balanced Scorecard, Translating Strategy Into Action". Boston-Massachussets : Harvard Bussiness School Press.
- [3] Kotler, Armstrong, 2001. Principles of marketing (9th Edition). New Jersey : Erlangga.
- [4] Lamb, Jr Charles W., Crittenden, Victoria L, Cravens, David W. 2002. Strategic Marketing management Cases 7th Edition. New York : McGraw-Hill Companies.