

# PENENTUAN JUMLAH PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UKM DUA JEMPOL DI DUSUN CIKEMBANG CIAMIS

Yusep Madia

Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Galuh Ciamis  
Jl.RE. Martadinata No. 150

Email: yusepmadia@gmail.com

## ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah makanan ringan di Cikembang merupakan usaha rakyat yang dikerjakan secara meluas dan sudah menyatu dengan kehidupan masyarakat, Industri Kecil Makanan ringan ini termasuk kedalam kelompok UKM-IKM dimana keberadaannya di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam rangka menciptakan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan.

Tetapi dalam perkembangannya belum optimal hal ini karena minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang industri kecil, kurang dukungan dari pemerintah, kurangnya teknologi yang mendukung, modal yang dimiliki masih terbatas, SDM yang kurang memadai, belum memiliki manajemen organisasi dan manajemen produksi yang baik sehingga laba yang diperoleh belum optimal, serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran.

Bertitik tolak dari permasalahan di atas, maka pada penelitian ini berusaha untuk mencari solusi terutama mengenai masalah perencanaan jumlah produksi dengan Linier Programming yaitu dengan Program LINDO dan strategi pemasaran yang didalamnya termasuk strategi pengembangan melalui analisis SWOT.

Jumlah yang diproduksi oleh UKM DUA JEMPOL dengan dibantu program lindo adalah sale goreng sebanyak 70 kg, semprong 95 kg, sumpia 50 kg dan Kripik Pisang tidak diproduksi. Strategi pemasaran yg dihasilkan dari perhitungan SWOT adalah berada di kuadran 2 (*Diversifikasi Strategi*), dimana UKM DUA JEMPOL akan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Oleh karena itu fokus strategi perusahaan UKM DUA JEMPOL ini adalah memaksimalkan kekuatan internal perusahaan sehingga dapat menghadapi sejumlah tantangan berat agar bisa bersaing di pasaran. Strategi pemasaran UKM DUA JEMPOL menurut analisis SWOT yaitu peninjauan kembali terhadap kekuatan internalnya agar dalam pemasaran tidak terhambat oleh perusahaan yang lain.

*Kata Kunci :UKM DUA JEMPOL, Strategi Pemasaran, Linier Programming, SWOT*

## 1. Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia menciptakan kelebihan-kelebihan dan manfaat tertentu bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Terdapat beberapa alasan mengapa UKM perlu diperhatikan dan dikembangkan di Indonesia diantaranya : UKM mampu menyerap banyak tenaga kerja, UKM mempunyai kontribusi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto, dan UKM dapat menjadi penghasil devisa negara melalui ekspor berbagai produk yang dihasilkan sektor ini.

Tidak berbeda dengan perusahaan-perusahaan besar, para pengelola UKM pun memiliki tujuan utama yang sama dari perusahaan yang didirikannya, yakni diperolehnya laba/keuntungan. Namun dikarenakan bukan hal yang mudah untuk mendapatkan laba tersebut, maka setiap kegiatan bisnis yang dilakukan UKM pun harus terencana dengan baik.

Rencana produksi yang dibuat harus memperhatikan faktor anggaran/modal yang dimiliki, permintaan pasar yang ada, serta faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja/SDM yang tersedia, mesin dan

peralatan, bahan baku, bahan penolong, tanah dan ruangan tempat aktivitas produksi, yang kesemua faktor tersebut adalah kerangka bagi sebuah perusahaan. Kabupaten Ciamis merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki wilayah cukup luas serta jumlah penduduk yang relatif padat. Potensi yang dimilikinya meliputi, seni budaya, sumber daya alam, sektor wisata, industri termasuk UKM. UKM di Kabupaten Ciamis sangat potensial untuk dikembangkan, karena keberadaannya di samping sebagai salah satu warisan tradisional budaya lokal, tetapi juga sangat tangguh dan eksisi walaupun di saat krisis ekonomi. Diantara jenis UKM yang berkembang saat ini adalah, *handicraft*, makanan, dan olahan. Salah satu UKM yang cukup potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Ciamis adalah UKM Makanan Dua Jempol.

UKM Makanan Dua Jempol berproduksi cukup lama dan pemasaran yang cukup luas. Lokasi UKM yang berada di Dusun Cikembang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, banyak menyerap tenaga kerja diantaranya banyak warga terutama kaum ibu yang ikut berpartisipasi sebagai tenaga kerja produksi, dengan produk yang dihasilkan adalah makanan ringan tradisional seperti keripik pisang, sale, sumpia dan kue semprong.

Meskipun kegiatan UKM makanan ringan ini sudah berjalan cukup lama, namun dari waktu ke waktu masih menunjukkan stagnansi, yakni belum memperlihatkan perkembangan yang signifikan. Para pengelola UKM makanan ringan Dua Jempol ini berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan laba yang selama ini diperoleh belum optimal, yakni kegiatan produksi dan pemasaran

yang mereka lakukan masih terbentur banyak kendala.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini mengambil topik : “Penentuan Jumlah Produksi dan Strategi Pemasaran Produk UKM Dua Jempol di Dusun Cikembang Ciamis”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Kuantitas produksi dan pemasaran merupakan hal yang penting untuk direncanakan dan diperhatikan oleh perusahaan. Namun saat ini UKM Dua Jempol belum dapat menentukan kuantitas produksi dengan tepat dan masih mengalami kendala dalam hal pemasaran produknya. Berdasarkan hal tersebut maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana jumlah produksi dan pemasaran produk UKM Dua Jempol.
2. Bagaimana menentukan jumlah produksi dan pemasaran produk UKM Dua Jempol dengan Metode Linier Programming dan SWOT.

## Tujuan Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan berkaitan dengan jumlah produksi dan pemasaran produk UKM Dua Jempol yang telah dirumuskan, mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana jumlah produksi dan pemasaran produk UKM Dua Jempol.
2. Mengetahui bagaimana menentukan jumlah produksi dan pemasaran produk UKM Dua Jempol dengan Metode *Linier Programming* dan SWOT.

## 2. Kerangka Pemikiran

Programa Linier (*Linier Programming/LP*) adalah suatu cara untuk menyelesaikan

persoalan pengalokasian sumber-sumber yang terbatas diantara beberapa aktivitas yang bersaing, dengan cara yang terbaik yang mungkin dilakukan. Persoalan ini akan muncul ketika seseorang harus memilih tingkat aktivitas-aktivitas tertentu yang bersaing dalam hal penggunaan sumber daya langka yang dibutuhkan untuk melaksanakan aktivitas tersebut seperti persoalan pengalokasian fasilitas produksi, persoalan pengalokasian sumber daya nasional untuk kebutuhan domestik, penjadwalan produksi, solusi permainan/*game*, pemilihan pola pengiriman/*shipping*, dan lain-lain (TjutiTarliah Dimiyati, 2006: 17).

Persoalan program linier adalah suatu persoalan optimasi dimana didalamnya harus melakukan hal-hal berikut ini:

1. Berusaha memaksimalkan atau meminimumkan suatu fungsi linier dari variabel-variabel keputusan yang disebut fungsi tujuan.
2. Harga/besaran dari variabel-variabel keputusan itu harus memenuhi suatu set pembatas. Setiap pembatas harus merupakan persamaan linier atau ketidaksamaan linier.
3. Suatu pembatas tanda dikaitkan dengan setiap variabel. Untuk setiap variabel  $X_i$ , pembatasan tanda akan menunjukkan apakah  $X_i$  harus nonnegatif ( $X_i \geq 0$ ) atau  $X_i$  tidak terbatas dalam tanda.

Analisis SWOT merupakan analisis perencanaan bisnis yang terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang membantu perusahaan mampu mengatasi tantangan serta menentukan apa yang harus dilakukan. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor

dari dalam perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor dari luar perusahaan.

Kekuatan (S) dan kelemahan (W) mengacu pada faktor internal, yang merupakan sumber daya dan pengalaman yang tersedia untuk Anda.

Beberapa faktor internal yang biasanya dipertimbangkan:

Sumber daya keuangan (pendanaan, sumber pendapatan dan peluang investasi)

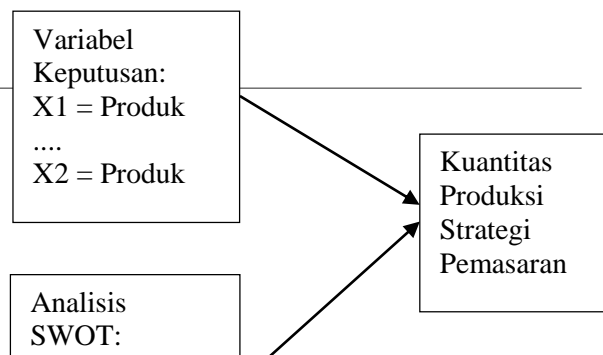
1. Sumber daya fisik (lokasi, fasilitas, dan peralatan)
2. Sumber daya manusia (karyawan, sukarelawan dan target audiens)
3. Akses ke sumber daya alam, merek dagang, paten, dan hak cipta
4. Proses saat ini (program karyawan, hierarki departemen dan sistem perangkat lunak)

Kekuatan eksternal memengaruhi dan memengaruhi setiap perusahaan, organisasi, dan individu. Faktor-faktor ini terhubung secara langsung atau tidak langsung dengan peluang (O) atau ancaman (T), penting untuk dicatat dan didokumentasikan masing-masing.

Faktor eksternal biasanya adalah hal-hal yang Anda atau perusahaan Anda tidak dapat kendalikan, seperti berikut Tren pasar (produk baru, kemajuan teknologi, dan pergeseran kebutuhan audiens)

### 3. Objek dan Metode Penelitian

- a. Tren ekonomi (tren keuangan lokal, nasional, dan internasional)
- b. Pendanaan (donasi, legislatif dan sumber lainnya)
- c. Demografi
- d. Hubungan dengan pemasok dan mitra



### 3.1. Objek Penelitian

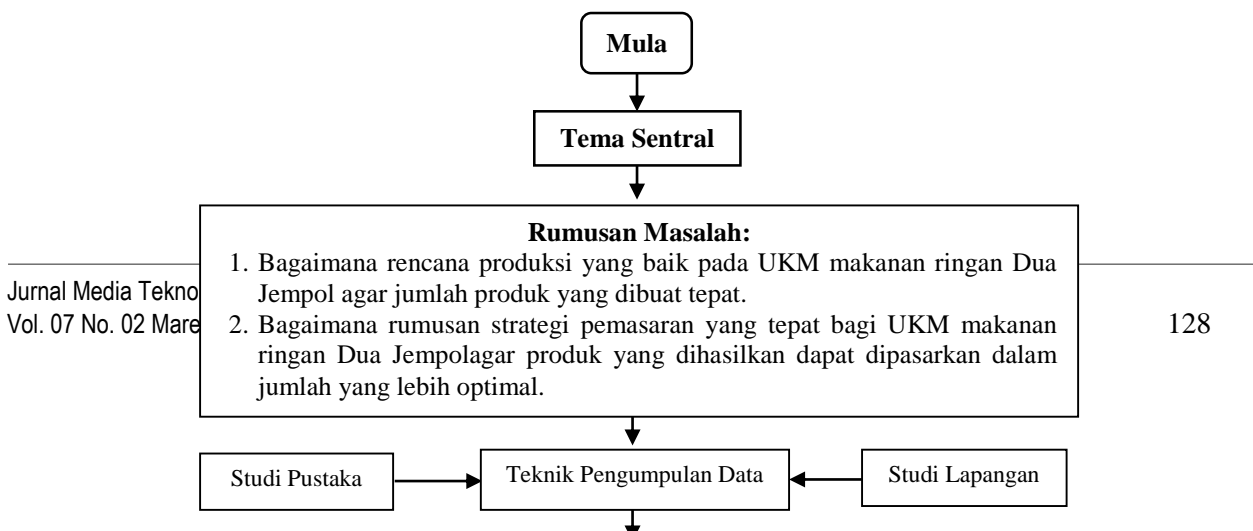
Penelitian dilakukan di UKM Dua Jempol pembuatan produk makanan ringan yang berlokasi di Dusun Cikembang RT 12 RW 17 Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis.

### 3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Programme Linier* dan Analisis SWOT. *Programma Linier* digunakan untuk menentukan jumlah produksi suatu produk agar diperoleh keuntungan yang maksimal dengan berdasarkan pada sumber-sumber yang terbatas yang dimiliki oleh perusahaan. SWOT (*StrengthWeaknessOpportunityThret*) adalah suatu analisis yang digunakan untuk menentukan strategi dari suatu perusahaan dengan cara mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman yang berada di luar perusahaan.

Sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian ini penulis memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut adalah penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

### 3.4 Flow Chart Penelitian



**Gambar 3.1 FlowChart Penelitian**

**Pengumpulan Data**

Hasil Penelitian Pada pengumpulan data, telah diperoleh data tentang kapasitas produksi, jumlah persediaan bahan, keuntungan per kg, serta data komposisi bahan tiap unit. Semua data yang diambil berdasarkan tiap periode produksi. Selanjutnya data-data tersebut nantinya akan dijadikan alat bantu untuk membuat suatu model matematika dalam bentuk program linier yang akan diselesaikan menggunakan bantuan program LINDO sehingga akan dihasilkan suatu output yang memberikan keterangan nilai optimal beserta analisis sensitivitasnya dari permasalahan yang ada. Datanya adalah sebagai berikut:

No	Nama Material	Jumlah	Satuan
1	Tepung Terigu	50	Sak
2	Tepung Tapioka	30	Sak
3	Tepung Beras	30	Sak
4	Gula Pasir	200	Kg
5	Udang / ebi	200	Kg
6	Pisang	1000	Kg
7	Minyak	100	Kg
8	Telur	50	Kg
9	Susu Bubuk	15	Kg
10	Santen	200	Kg
11	Garam	30	Kg
12	Bawang Putih	2	Kg
13	Bawang Merah	2	Kg
14	Vanili	500	Gram
15	Kaldu Ayam	200	Gram
16	Kulit Lumpia	1000	Lembar

**Tabel 4.4 Komposisi Baku per Kg**

No	Jenis Produk	Jenis Bahan Baku
----	--------------	------------------

		Tepung Terigu	Tepung Tapioka	Tepung Beras	Gula Pasir	Udang / ebi	Pisang	Minyak	Telur	Susu Bubuk	Santen	Garam	Bawang Putih	Bawang Merah	Vanili	Kayu Ayan	Kulit Lumpia
1	Sale Goreng	0	25 g	50 g	5 g	0	1250 g	375 g	0	0	0	0	0	0	0,5 g	0	0
2	Semprong	500 g	0	500 g	400 g	0	0	0	250 g	120 g	2000 g	12 g	0	0	1 g	0	0
3	Sumpia	0	0	0	0	50 g	0	375 g	0	0	0	0	5 g	10 g	0	2 g	20 lbr
4	Kripik Pisang	0	0	0	125 g	0	1250 g	375 g	0	0	0	12 g	0	0	0	0	0

Berdasarkan data diatas, maka selanjutnya akan dibentuk suatu pemodelan matematika dalam program *linear* agar nantinya dapat ditemukan suatu solusi pemecahannya dengan dibantu menggunakan LINDO.

### 4.3 Pemodelan

#### Matematik

#### Variabel Keputusan

$X_1$  = banyaknya sale goreng yang diproduksi

$X_2$  = banyaknya semprong yang diproduksi

$X_3$  = banyaknya sumpia yang diproduksi

$X_4$  = banyaknya kripik pisang yang diproduksi

#### Fungsi Tujuan

Untuk membantu dalam membuat fungsi tujuan, maka dapat dilihat pada tabel 4.3 yaitu tabel keuntungan produk.

Fungsi tujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Maksimalkan } Z = 10000x_1 + 10000x_2 + 10000x_3 + 10000x_4$$

#### Fungsi Kendala

Tabel persediaan bahan baku, tabel kapasitas produksi dan tabel komposisi bahan baku dapat digunakan untuk membantu dan membuat fungsi kendala. Berikut fungsi kendalanya.

1. Kendala bahan baku tepung terigu.

$$0x_1 + 500x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 50 \text{ (dalam sak)}$$

Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku tepung terigu untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 50 sak.

2. Kendala bahan baku tepung tapioka.

$$25x_1 + 0x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 30 \text{ (dalam sak)}$$

Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku tepung tapioka untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 30 sak.

3. Kendala bahan baku tepung beras.

$$50x_1 + 500x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 30 \text{ (dalam sak)}$$

Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku tepung beras untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 30 sak.

4. Kendala bahan baku gula pasir

$$5x_1 + 400x_2 + 0x_3 + 125x_4 \leq 200 \text{ (dalam kg)}$$

Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku gula pasir untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 200 kg.

5. Kendala bahan baku udang/ebi

$$0x_1 + 0x_2 + 50x_3 + 0x_4 \leq 200 \text{ (dalam kg)}$$

Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku udang/ebi untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 200 kg.

6. kendala bahan baku pisang.

- $1250x_1 + 0x_2 + 0x_3 + 1250x_4 \leq 1000$   
(dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku pisang untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 1000 kg.
7. kendala bahan baku minyak  
 $375x_1 + 0x_2 + 375x_3 + 0x_4 \leq 100$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku minyak untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 100 kg.
8. kendala bahan baku telur  
 $0x_1 + 250x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 50$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku telur untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 50 kg.
9. kendala bahan baku susu bubuk  
 $0x_1 + 120x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 15$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku susu bubuk untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 15 kg.
10. kendala bahan baku santen  
 $0x_1 + 2000x_2 + 50x_3 + 0x_4 \leq 200$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku santen untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 200 kg.
11. kendala bahan baku garam  
 $0x_1 + 12x_2 + 50x_3 + 12x_4 \leq 30$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku garam untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 30 kg.
12. kendala bahan baku bawang putih  
 $0x_1 + 0x_2 + 5x_3 + 0x_4 \leq 2$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku bawang putih untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 2 kg.
13. kendala bahan baku bawang merah  
 $0x_1 + 0x_2 + 10x_3 + 0x_4 \leq 2$  (dalam kg)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku bawang merah untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 2 kg.
14. kendala bahan baku vanili  
 $0,5x_1 + 1x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 500$  (dalam gram)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku vanili untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 500 gram.
15. Kendala bahan baku kaldu ayam  
 $0x_1 + 0x_2 + 2x_3 + 0x_4 \leq 200$  (dalam gram)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku kaldu ayam untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 200 gram.
16. Kendala bahan baku kulit lumpia  
 $0x_1 + 0x_2 + 20x_3 + 0x_4 \leq 1000$  (dalam lembar)  
Kendala yang menunjukkan kapasitas persediaan bahan baku kulit lumpia untuk pembuatan sale goreng, semprong, sumpia, kripik pisang adalah 1000 lembar.
17. Kendala kapasitas produksi sale goreng  
 $X_1 \leq 60$   
Kendala yang menunjukkan bahwa kapasitas produksi dari sale goreng adalah sebanyak 70 kg.
18. Kendala kapasitas produksi semprong  
 $X_2 \leq 90$   
Kendala yang menunjukkan bahwa kapasitas produksi dari semprong adalah sebanyak 95 kg.
19. Kendala kapasitas produksi sumpia  
 $X_3 \leq 45$   
Kendala yang menunjukkan bahwa kapasitas produksi dari sumpia adalah sebanyak 60 kg.
20. Kendala kapasitas produksi sumpia  
 $X_4 \leq 150$

Kendala yang menunjukkan bahwa kapasitas produksi dari keripik pisang adalah sebanyak 60 kg.

Sehingga model formulasi secara lengkap persoalan jumlah produksi optimum untuk mendapatkan jumlah produksi yang optimal dari produk yang dihasilkan UKM Dua Jempol adalah sebagai berikut :

$$\text{Maksimumkan } Z : 10000x_1 + 10000x_2 + 10000x_3 + 10000x_4$$

Berdasarkan :

$$0x_1 + 500x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 50 \text{ (dalam sak)}$$

$$25x_1 + 0x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 30 \text{ (dalam sak)}$$

$$50x_1 + 500x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 30 \text{ (dalam sak)}$$

$$5x_1 + 400x_2 + 0x_3 + 125x_4 \leq 200 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 0x_2 + 50x_3 + 0x_4 \leq 200 \text{ (dalam kg)}$$

$$1250x_1 + 0x_2 + 0x_3 + 1250x_4 \leq 1000 \text{ (dalam kg)}$$

$$375x_1 + 0x_2 + 375x_3 + 0x_4 \leq 100 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 250x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 50 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 120x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 15 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 2000x_2 + 50x_3 + 0x_4 \leq 200 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 12x_2 + 50x_3 + 12x_4 \leq 30 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 0x_2 + 5x_3 + 0x_4 \leq 2 \text{ (dalam kg)}$$

$$0x_1 + 0x_2 + 10x_3 + 0x_4 \leq 2 \text{ (dalam kg)}$$

$$0,5x_1 + 1x_2 + 0x_3 + 0x_4 \leq 500 \text{ (dalam gram)}$$

$$0x_1 + 0x_2 + 2x_3 + 0x_4 \leq 200 \text{ (dalam gram)}$$

$$0x_1 + 0x_2 + 20x_3 + 0x_4 \leq 1000 \text{ (dalam lembar)}$$

$$X_1 \leq 70 \quad X_2 \leq 95 \quad X_3 \leq 60 \quad X_4 \leq 60$$

**Tabel 4.6 Jumlah Produksi Hasil Perhitungan Lindo**

Jenis Produksi	Jumlah Produksi
Sale Goreng	70 kg
Semprong	95 kg
Sumpia	50 kg
Kripik Pisang	0 kg

Sementara hasil dari perhitungan lindo adalah sale goreng sebanyak 70 kg, semprong 95 kg, sumpia 50 kg dan Kripik Pisang tidak diproduksi.

Dari kedua data diatas bisa didapat bahwa jumlah produksi yang sudah diproduksi oleh perusahaan

sebanyak 175 kg dalam satu kali produksi. Sementara untuk jumlah produksi dengan bantuan program lindo diperoleh jumlah produksi selama satu kali produksi sebanyak 215kg. Dengan demikian jika dibandingkan jumlah produksi hasil perhitungan dengan program lindo lebih optimal dibanding dengan jumlah produksi oleh perusahaan.

#### 4.6 Analisa Swot

Setelah diperoleh prioritas pengembangan UKM, selanjutnya dilakukan analisis SWOT dengan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan UKM Dua Jempol. Hal ini dilakukan untuk membuat strategi pemasaran perusahaan supaya bisa memanfaatkan kekuatan dan merebut peluang yang ada dan meminimalkan kelemahan serta mengatasi ancaman yang akan terjadi.

##### Analisis Internal

Analisis internal meliputi kekuatan dan kelemahan didalam perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh maka dari itu dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan.

Adapun kekuatan dan kelemahan yang ada di UKM DUA JEMPOL yaitu :

1. Kekuatan (Strength)
  - a. Kualitas produk cukup baik
  - b. Harga produk terjangkau,
  - c. Memiliki produk yang berkualitas dan berdaya saing tinggi.
  - d. Produk sudah di pasarkan ke luar daerah.
  - e. Modal awal milik sendiri
  - f. Keamanan produk (expired date)
2. Kelemahan (Weakness)
  - a. Tidak adanya manajemen pemasaran yang baik,
  - b. Saluran distribusi belum meluas,
  - c. Promosi belum efektif,
  - d. Harga pesaing lebih murah
  - e. Kurangnya pendidikan SDM yang dimiliki
  - f. Mesin masih tergantung pada manusia



3. Analisis Eksternal  
Analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan, Adapun peluang dan ancaman yang ada di UKM Dua Jempol adalah sebagai berikut :
4. Peluang (Opportunities)
  - a. Pangsa pasar yang cukup tinggi
  - b. Ketersediaan bahan baku cukup baik
  - c. Hubungan dan kerjasama yang baik dengan konsumen dan distributor,
  - d. Banyaknya aplikasi onlineshop
5. Ancaman (Threats)
  - a. Banyak bermunculan perusahaan dengan produk yang sama,
  - b. Persaingan kuat,
  - c. Kenaikan harga bahan baku
  - d. Adanya program pemerintah terhadap pengawasan makanan berpengawet

Dalam penelitian ini digunakan model matriks SWOT, yang mana matrik ini dipakai untuk memakai model matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal. Matrik ini dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana kesempatan dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan dapat disesuaikan dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik Analisis Swot diperlukan untuk menentukan strategi yang harus diambil.

**Tabel 4.7 Questionnaire Matriks Kekuatan**

QUISIONER	RESPONDEN				RATA-RATA	RATING
	A	B	C	D		
KEKUATAN						
Indikator Kekuatan 1	3	4	4	3	3.5	3
Indikator Kekuatan 2	3	3	4	3	3.25	3
Indikator Kekuatan 3	4	3	3	3	3.25	3
Indikator Kekuatan 4	4	4	3	4	3.75	4
Indikator Kekuatan 5	4	3	4	4	3.75	4
Indikator Kekuatan 6	4	3	4	3	3.5	3

Keterangan  
Indikator Kekuatan 1 sampai 6 dapat dilihat pada analisa internal kekuatan diatas.

**Tabel 4.8 Questionnaire Matriks Kelemahan**

QUISIONER	RESPONDEN				RATA-RATA	RATING
	A	B	C	D		
KELEMAHAN						
Indikator Kelemahan 1	2	2	2	1	1.75	2
Indikator Kelemahan 2	1	1	2	1	1.25	1
Indikator Kelemahan 3	2	1	2	1	1.5	1
Indikator Kelemahan 4	1	2	1	2	1.5	1
Indikator Kelemahan 5	1	2	2	2	1.75	2
Indikator Kelemahan 6	2	3	1	1	1.75	2

Keterangan  
Indikator Kelemahan 1 sampai 6 dapat dilihat pada analisa internal kelemahan diatas

**Tabel 4.9 Questionnaire Matriks Peluang**

QUISIONER	RESPONDEN				RATA-RATA	RATING
	A	B	C	D		
PELUANG						
Indikator Peluang 1	3	4	4	4	3.75	4
Indikator Peluang 2	3	3	3	4	3.25	3
Indikator Peluang 3	4	3	4	3	3.5	3
Indikator peluang 4	2	4	4	3	3.25	3

Keterangan  
Indikator Kelemahan 1 sampai 4 dapat dilihat pada analisa eksternal peluang diatas.

**Tabel 4.10 Questionnaire Matriks Ancaman**

QUISIONER	RESPONDEN				RATA-RATA	RATING
	A	B	C	D		
ANCAMAN						
Indikator Ancaman 1	2	1	2	1	1.5	1
Indikator Ancaman 2	2	2	1	1	1.5	1
Indikator Ancaman 3	3	2	1	2	2	2
Indikator Ancaman 4	2	1	2	1	1.5	1

Keterangan  
Indikator Kelemahan 1 sampai 4 dapat dilihat pada analisa eksternal ancaman diatas.

Selanjutnya dihitung nilai skor bobot x rating untuk matriks faktor strategi internal dan external, seperti terlihat dibawah ini :

**Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)**

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor

strategis internal tersebut dalam kerangka strength dan weakness perusahaan

**Tabel 4.11 Tabel IFAS**

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
<b>KEKUATAN</b>			
Indikator Kekuatan 1	0,20	3	0,6
Indikator Kekuatan 2	0,20	3	0,6
Indikator Kekuatan 3	0,15	3	0,45
Indikator Kekuatan 4	0,10	4	0,4
Indikator Kekuatan 5	0,15	4	0,6
Indikator Kekuatan 6	0,20	3	0,6
TOTAL	1,00		3,25
<b>KELEMAHAN</b>			
Indikator Kelemahan 1	0,15	2	0,3
Indikator Kelemahan 2	0,15	1	0,15
Indikator Kelemahan 3	0,20	1	0,20
Indikator Kelemahan 4	0,10	1	0,10
Indikator Kelemahan 5	0,20	2	0,4
Indikator Kelemahan 6	0,20	2	0,4
TOTAL			1,55

**Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)**

Setelah faktor-faktor strategis external diidentifikasi, suatu tabel EFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor external tersebut dalam kerangka oportunitiy dan threat

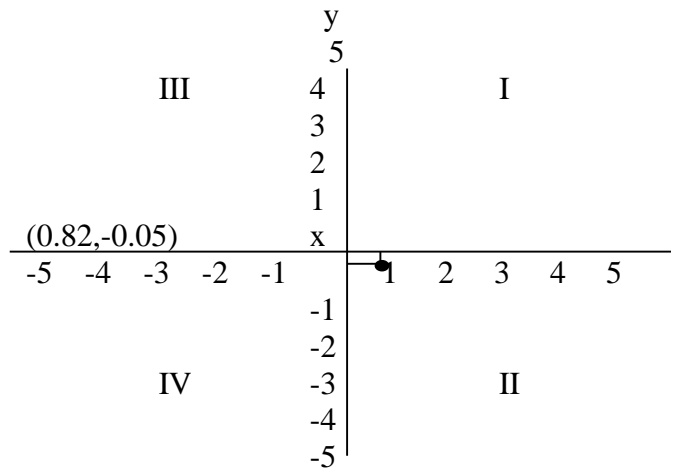
**Tabel 4.12 Tabel EFAS**

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
<b>PELUANG</b>			
Indikator Peluang 1	0,20	4	0,8
Indikator Peluang 2	0,30	3	0,9
Indikator Peluang 3	0,30	3	0,9
Indikator Peluang 4	0,20	3	0,6
TOTAL	1,00		3,2
<b>ANCAMAN</b>			
Indikator Ancaman 1	0,25	1	0,25
Indikator Ancaman 2	0,25	1	0,25
Indikator Ancaman 3	0,25	2	0,5
Indikator Ancaman 4	0,25	1	0,25
TOTAL	1,00		1,25

Dari hasil matriks IFAS dan EFAS diatas selanjutnya dicari nilai x dan y sebagai berikut :

Nilai x = Nilai y =  
 $x = -0,82$      $y = -0,05$

**Gambar 4.1 Gambar Diagram Analisis SWOT**



Dari diagram analisis swot di atas dengan nilai x = -0,82 dan y = 0,05 maka hasil tersebut berada di kuadran 2 (*Diversifikasi Strategi*), dimana UKM DUA JEMPOL akan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Oleh karena itu fokus strategi perusahaan UKM DUA JEMPOL ini adalah memaksimalkan kekuatan internal perusahaan sehingga dapat menghadapi sejumlah tantangan berat agar bisa bersaing di pasaran. Strategi pemasaran UKM DUA JEMPOL menurut analisis SWOT yaitu peninjauan kembali terhadap kekuatan internalnya agar dalam pemasaran tidak terhambat oleh perusahaan yang lain.

**5.1 Kesimpulan**

1. Jumlah produksi dari UKM Dua Jempol sebelum dibantu program LINDO yaitu sale goreng sebanyak 45 kg, semprong 60

- kg, sumpia 40 kg dan Kripik Pisang 30 kg, yang diproduksi setiap produksinya.
2. Dari hasil perhitungan dengan di bantu program LINDO maka hasil penentuan jumlah produksi yang di produksi oleh UKM Dua Jempol adalah Sale goreng sebanyak 70 kg, semprong 95 kg, sumpia 50 kg dan Kripik Pisang tidak diproduksi.
  3. Strategi pemasaran yg dihasilkan dari perhitungan SWOT adalah berada di kuadran 2 (*Diversifikasi Strategi*), dimana UKM DUA JEMPOL akan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Oleh karena itu fokus strategi perusahaan UKM DUA JEMPOL ini adalah memaksimalkan kekuaan internal perusahaan sehingga dapat menghadapi sejumlah tantangan berat agar bisa berssaing di pasaran. Strategi pemasaran UKM DUA JEMPOL menurut analisis SWOT yaitu peninjauan kembali terhadap kekuatan internalnya agar dalam pemasaran tidak terhambat oleh perusahaan yang lain.

## 5.2 Saran

1. Bahan baku tepung diharapkan tidak terlalu banyak karena akan mempengaruhi terhadap kualitas tepung itu sendiri.

2. Diharapkan agar ditingkatkan lagi dalam kualitas produknya, agar bersaing di pasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2006). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Dimiyati, T. T. (2006). *Cara Mudah Memahami Operations Research* . Bandung: Sinar Baru Algensindo .
- Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: Andi Offset.
- Karawang, U. (1998, Juli 14). Retrieved From [Https://Peraturan.Bpk.Go.Id](https://Peraturan.Bpk.Go.Id):  
[Https://Peraturan.Bpk.Go.Id](https://Peraturan.Bpk.Go.Id)
- Muhammad, S. (2000). *Studi Kelayakan Proyek* . Yogyakarta: Uup Stim Ykpn.
- Prawirosentono, S. (2007). *Pengantar Bisnis Moderen* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis Swot : Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .
- Sarin, B. D. (1996). *Manajemen Operasi/Produksi Moderen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.

(Hilman, *Optimasi Proses Produksi Produk makanan pada UKM Makanan di Kabupaten Ciamis dengan Metode Integer Linear Programming*, 2017)

(Hilman, *Produk Funiture Pada PD. Surya Mebel di Kecamatan Cipaku dengan Metode Linier Programming*, 2016)