

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI KASUS JAMU TRADISIONAL IBU HADI)

Heru Suheryadi^{1*}, Nicko Gana Saputra², Siti Sarah Farah Dilla³

^{1,2,3}Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Sahid Jakarta

Email: herusuheryadi@gmail.com, nickoganasaputra@gmail.com, sitisarahfrhdlla@gmail.com

| | | |
|------------------------|------------------------|------------------------|
| Diajukan 22-08-2021 | Direvisi 30-08-2021 | Diterima 04-09-2021 |
|------------------------|------------------------|------------------------|

ABSTRACT

Jamu is a traditional alternative medicine. In Indonesia, the herbal medicine industry has received government attention by issuing regulations on standardization in the processing of herbal medicine. Ibu Hadi's traditional herbal medicine business industry is one of the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) units that focus on selling traditional herbal medicine. There needs to be special attention to the development system of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME). After conducting a research survey, several alternative strategies are needed to find out which alternative strategy is appropriate to use as an effort to develop the herbal medicine industry in Ibu Hadi's Traditional Herbal Medicine business, study internal (IFE) and external (EFE) environmental analysis, external internal matrix (IE), Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) matrices has been done. The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), from the analysis results obtained 12 internal factors and 10 external factors. Meanwhile, for alternative strategies, there are 6 alternatives obtained from the SWOT matrix and IE matrix. In the QSPM matrix, strategic priorities are obtained, namely maintaining prices and improving the quality of herbal medicine and maintaining the purity of herbs without medicinal chemicals to increase customer satisfaction, using the latest tools or technology to improve quality and speed up the herbal medicine production process, working with several online transportations applications to facilitate customers. In buying herbal medicine, holding promotions on social media to increase sales and marketing reach, adding or innovating for durable products to be marketed in the market, as well as making product packaging innovations such as the appearance of ready-to-drink herbal bottle, and become more practical.

Keywords: Herbal Medicine, Development Strategy, IE, SWOT, and QSPM.

PENDAHULUAN

Selain memiliki aneka ragam budaya, Indonesia juga memiliki berbagai ragam sumber daya alam tumbuhan. Sedikitnya ada 40.000 jenis tumbuhan yang terdapat di Indonesia. Sebagian dari tumbuhan tersebut digunakan sebagai bahan konsumsi atau obat-obatan. (Juddi M. F., 2019, p. 370)

Hal ini membuktikan bahwa Indonesia sangat bergantung pada obat dan bahan baku obat tradisional. Kondisi ini merupakan peluang besar bagi pengembangan herbal Indonesia, baik untuk memenuhi kebutuhan dalam Negeri yang besar maupun untuk menyuplai kebutuhan bahan herbal dunia. Dengan adanya dukungan terutama penelitian tentang kelebihan bahan obat asli Indonesia dibandingkan bahan herbal di Negara lain, maka nilai ekonomis bahan herbal Indonesia akan meningkat dan tidak perlu bergantung pada pasar komoditas bahan herbal dunia. (Murdiwati Gardjito, 2018, p. 35).

Dalam meningkatkan nilai ekonomis bahan herbal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia.

Keterpengaruhannya sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan imbas langsung dari Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB), yang membuat ruang menuju sasaran produk mengalami kendala. Penjarakan sosial yang kemudian di kenal sebagai *social distancing* juga turut menjadi faktor pemicu hambatan distribusi sehingga menyebabkan terjadi penurunan omzet penjualan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Dan salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang omzet penjualannya menurun karna efek dari *social distancing* dan bergerak dalam bidang minuman berbasis obat jamu tradisional rumahan di Indonesia ialah Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi di Pasar Mayestik Jakarta Selatan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas penulis memiliki rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana hasil analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunitiess, Threats* (SWOT) pada usaha jamu tradisional Ibu Hadi? Bagaimana alternatif strategi yang diusulkan dapat menghasilkan nilai tambah pada usaha jamu tradisional Ibu Hadi?

METODE

Penelitian ini dilakukan di tempat usaha jamu tradisional bu hadi di Pasar Mayestik Jalan. Tebah III No.14, RT.14/RW.3, Gunung, Kecamatan. Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12120. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 5 bulan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas/*independent variable*. Dalam metode penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Strategi Pengembangan Pada Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi Di Pasar Mayestik Jakarta Selatan. Variabel pengukuran pada kuesioner dalam penelitian ini adalah ordinal. Indikator kuesioner dalam penelitian ini merupakan Sumber Daya Alam (SDA) sebanyak 4 butir pertanyaan, Sumber Daya Manusia (SDM) sebanyak 5 pertanyaan, Permodalan sebanyak 4 pernyataan, pemasaran sebanyak 8 pertanyaan, teknologi sebanyak 2 pertanyaan, persaingan sebanyak 5 pertanyaan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi. Jenis sampel dalam penelitian ini adalah sampel jenuh/sensus yang dimana sampel ini digunakan apabila jumlah populasi dibawah 30 orang, yang menggunakan sampel jenis yaitu karyawan Usaha Jamu Ibu Hadi yang berjumlah 15 orang untuk mengetahui mengenai *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dari Usaha Jamu Ibu Hadi. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu kuesioner dan data sekunder yang merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara studi kepustakaan, *e-book*, studi literatur. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tiga tahapan analisis, yaitu:

1. Tahap Pemasukan (*The Input Stage*)
Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi. Dalam penelitian ini, tahap input menggunakan matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE).
2. Tahap Pencocokan (*The Matching Stage*)
Pada tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan Internal-Eksternal (IE) dan matrik *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threat* (SWOT).
3. Tahap Pengambilan Keputusan (*The Decision Stage*)
Tahapan terakhir adalah melakukan tahapan pengambilan keputusan (*decision stage*) yang akan menyusun daftar prioritas strategi yang harus diimplementasikan. Matrik perencanaan strategi kuantitatif *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) adalah alat yang memungkinkan para penyusun strategi mengevaluasi hasil berbagai strategi alternatif secara obyektif berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jamu tradisional Ibu Hadi adalah jamu legendaris yang sudah berdiri sejak tahun 1950. Toko jamu turun-temurun ini di kelolah generasi ketiga. Ibu Budi Susilowati yang merupakan cucu dari pendiri toko jamu Ibu Hadi, Alm. Kartowijoyo. Sejak usia 14 tahun Ibu Budi Susilowati belajar dengan ibunya untuk meracik jamu yang di percaya ampuh untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit. Toko jamu Ibu Hadi memiliki konsumen setia yang merupakan kalangan biasa sampai dengan kalangan kelas atas. Toko jamu Ibu Hadi buka dari hari senin sampai dengan sabtu, dari jam 8 pagi sampai dengan jam 2 siang.

1. Deskripsi Hasil Survey
 - a. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Table 1.1 Data Responden

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-----------|-----------|------------|
| Laki-laki | 8 | 53% |
| Perempuan | 7 | 47% |
| Jumlah | 15 | 100% |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

- b. Data responden berdasarkan usia

Tabel 1.2 Data Responden

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|----------|-----------|------------|
| 21-24 | 6 | 40% |
| 25-28 | 6 | 40% |
| >28 | 3 | 20% |
| Jumlah | 15 | 100% |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

- c. Data responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 1.3 Data Responden

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|-------------|-----------|------------|
| SMA | 8 | 54% |
| SMP | 5 | 33% |
| Universitas | 2 | 13% |
| Jumlah | 15 | 100% |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

2. Tahap pemasukan (*The Input Stage*)

a. *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Pada bobot *Internal Factor Evaluation* (IFE) memiliki hasil skor rata-rata ialah 1,000, lalu dari hasil rata-rata tersebut memiliki skor paling besar dengan nilai 0,099 yaitu jamu tidak menggunakan bahan

kimia obat. Pada rating *Internal Factor Evaluation* (IFE) memiliki hasil skor rata-rata 35,2, lalu dari hasil rata-rata tersebut memiliki skor paling besar dengan nilai 3,6 yaitu ragam produk jamu yang dimiliki.

Hasil rekapitulasi matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi dengan total skor rata-rata adalah 2,99, skor bobot yang berada di atas 2,5 menandakan bahwa secara posisi internal Usaha Toko Jamu Ibu Hadi kuat, Usaha Toko Jamu Ibu Hadi mampu merespon dengan baik faktor internal dengan memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi faktor kelemahan dari dalam Usaha Toko Jamu Ibu Hadi.

Adapun kelemahan utama yang dimiliki Usaha Toko Jamu Ibu Hadi adalah tidak adanya alat/mesin yang digunakan dalam proses pembuatan jamu dengan skor 1,7, hal ini dapat menyebabkan terhambatnya proses pembuatan jamu racik dan keterbatasan stock jamu racik perharinya.

Tabel 1.4 Hasil Rekapitulasi Matrik *External Factor Evaluation* (EFE) pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi

| Faktor Eksternal | Bobot Rata - Rata | Rating Rata - Rata | Skor Total Rata -Rata |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|
| Peluang | | | |
| A | 0,113 | 3,2 | 0,36 |
| B | 0,090 | 3,0 | 0,27 |
| C | 0,115 | 3,1 | 0,36 |
| D | 0,103 | 2,9 | 0,30 |
| E | 0,097 | 2,9 | 0,28 |
| F | 0,109 | 3,5 | 0,38 |
| G | 0,113 | 3,5 | 0,40 |
| Ancaman | | | |
| H | 0,084 | 2,1 | 0,17 |
| I | 0,082 | 2,3 | 0,19 |
| J | 0,094 | 2,3 | 0,21 |
| Total | 1,000 | 28,8 | 2,93 |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

b. *External Factor Evaluation* (EFE)

Pada bobot *External Factor Evaluation* (EFE) memiliki hasil skor rata-rata ialah 1,000, lalu dari hasil rata-rata tersebut memiliki skor paling besar dengan nilai 0,115 yaitu tingginya loyalitas konsumen terhadap usaha jamu tradisional ibu hadi. Pada rating *External Factor Evaluation* (EFE) memiliki hasil skor rata-rata 28,8, lalu dari hasil rata-rata tersebut memiliki skor paling besar dengan nilai 3,5 pada 2 faktor, faktor pertama hubungan baik dengan pemasok, faktor kedua yaitu kepercayaan pelanggan bahwa toko jamu ibu hadi tidak mengandung bahan kimia obat (BKO).

Hasil rekapitulasi matrik *External Factor Evaluation* (EFE) pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi dapat di lihat bahwa peluang utama Usaha Toko Jamu Ibu Hadi adalah kepercayaan pelanggan bahwa toko jamu ibu hadi tidak mengandung bahan kimia obat (BKO) dengan skor 0,40.

Adapun ancaman utama pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi tidak memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha dengan skor 0,17. Sebagai usaha jamu turun-menurun yang sudah berdiri selama 70 tahun, ada baiknya jika Usaha Toko Jamu Ibu Hadi memanfaatkan teknologi digital untuk menambah luas jangkauan promosi dan membuat konsumen lebih mengenal Usaha Toko Jamu Ibu Hadi itu sendiri.

Tabel 1.5 Hasil Rekapitulasi Matrik *External Factor Evaluation* (EFE) pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi.

| Faktor Eksternal | Bobot Rata - Rata | Rating Rata - Rata | Skor Total Rata -Rata |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------------|
| Peluang | | | |
| A | 0,113 | 3,2 | 0,36 |
| B | 0,090 | 3,0 | 0,27 |
| C | 0,115 | 3,1 | 0,36 |
| D | 0,103 | 2,9 | 0,30 |
| E | 0,097 | 2,9 | 0,28 |
| F | 0,109 | 3,5 | 0,38 |
| G | 0,113 | 3,5 | 0,40 |
| Ancaman | | | |
| H | 0,084 | 2,1 | 0,17 |
| I | 0,082 | 2,3 | 0,19 |
| J | 0,094 | 2,3 | 0,21 |
| Total | 1,000 | 28,8 | 2,93 |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

3. Tahap Penyocokan (*The Matching Stage*)

a. Matrik *Internal-External* (IE)

Nilai skor total rata-rata pada matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) sebesar 2,99 dan nilai skor rata-rata pada matrik *External Factor Evaluation* (EFE) sebesar 2,93. Hasil ini menunjukkan bahwa posisi Usaha Toko Jamu Ibu Hadi berada pada kuadrat V. strategi yang paling sering digunakan untuk perusahaan yang berada pada kuadrat V adalah strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*). Strategi yang tepat diterapkan oleh Usaha Toko Jamu Ibu Hadi adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Skor Bobot Total *Internal Factor Evaluation* (IFE)

| | | Kuat 3,00-4,00 | Rata-rata 2,00-2,99 | Lemah 1,00-1,99 |
|--|-----------------------|-------------------|------------------------|--------------------|
| Skor Bobot Total <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) | Tinggi 3,00-4,00 | I | II | III |
| | Menengah 2,00-2,99 | IV | V | VI |
| | Rendah 1,00-1,99 | VII | VIII | XI |

2,93

Gambar 1. Hasil Matrik *Internal-External* (IE)

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

b. Matrik *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT)

Dari penyusunan strategi pada matrik *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dihasilkan beberapa alternatif strategi antara lain:

- 1) Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas jamu serta menjaga kemurnian jamu tanpa bahan kimia obat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (SO - 1).
- 2) Penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu (WO - 1).
- 3) Bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu (ST - 1).
- 4) Mengadakan promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran (ST - 2).
- 5) Menambahkan atau berinovasi agar produk bertahan lama untuk dapat dipasarkan di marketplace (ST - 3).
- 6) Melakukan inovasi pada kemasan produk seperti tampilan jamu botol siap minum dan menjadi lebih praktis (WT - 1).

Tabel 1.6 Matrik Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Usaha Jamu Ibu Hadi

| Faktor Internal | Kekuatan (Strengths-S) | Kelemahan (Weakness-W) |
|---|--|---|
| | 1. kualitas produk | 1. tidak adanya promosi yang dilakukan dimedia sosial |
| | 2. lokasi yang strategis | 2. wilayah distribusi yang terbatas |
| | 3. ragam produk yang dimiliki | 3. tidak adanya alat/mesin yang digunakan dalam proses pembuatan jamu |
| | 4. banyaknya jumlah tenaga kerja | |
| | 5. adanya pembukuan keuangan | |
| | 6. menggunakan whatsapp untuk karyawan berkomunikasi dengan konsumen | |
| | 7. total biaya operasional perbulan stabil | |
| | 8. jamu tidak menggunakan bahan kimia obat | |
| | 9. proses produksi yang cepat | |
| Faktor Eksternal | | |
| Peluang (Opportunities-O) | Strategi - SO | Strategi - WO |
| 1. ketersediaan bahan baku yang tersedia | 1. mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas jamu serta menjaga kemurnian jamu tanpa bahan kimia obat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan | 1. penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu |
| 2. berada dipusat kota jakarta selatan | | |
| 3. tingginya loyalitas konsumen terhadap usaha jamu tradisional ibu hadi | | |
| 4. adanya jasa antar ojek online untuk mempermudah pelanggan | | |
| 5. tidak adanya toko jamu lain didaerah pasar mayestik | | |
| 6. hubungan baik dengan pemasok | | |
| 7. kepercayaan pelanggan bahwa toko jamu ibu hadi tidak mengandung bahan kimia obat (BKO) | | |
| Ancaman (Threats-T) | Strategi - ST | Strategi - WT |
| 1. tidak memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha | 1. bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu | 1. melakukan inovasi pada kemasan produk seperti tampilan jamu botol siap |

| | | |
|---|---|---------------------------------|
| | | minum dan menjadi lebih praktis |
| 2. harga bahan baku yang tidak selalu stabil | 2. mengadakan promosi dimedia sosial untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran | |
| 3. tidak adanya cabang toko jamu ibu hadi didaerah lain | 3. menambahkan atau berinovasi agar produk bertahan lama untuk dapat dipasarkan di <i>marketplace</i> | |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

4. Tahap Pengambilan Keputusan (*The Decision Stage*)
 - a. Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Tabel 1.7 Alternatif Strategi Dari Hasil Matrik *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT)

| No. | Alternatif Strategi |
|-----|---|
| 1. | Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas jamu serta menjaga kemurnian jamu tanpa bahan kimia obat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan |
| 2. | Penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu |
| 3. | Bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu |
| 4. | Mengadakan promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran |
| 5. | Menambahkan atau berinovasi agar produk bertahan lama untuk dapat dipasarkan di <i>marketplace</i> |
| 6. | Melakukan inovasi pada kemasan produk seperti tampilan jamu botol siap minum dan menjadi lebih praktis |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

Alternatif-alternatif strategi ini didapat dengan menganalisa faktor-faktor internal perusahaan meliputi kekuatan dan kelemahan serta faktor-faktor *external* perusahaan meliputi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Hasil dari alternatif strategi didapat dari analisis yang menggunakan *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Berikut hasil analisis matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dari identifikasi lingkungan internal dan *external* Usaha Toko Jamu Ibu Hadi dengan nilai daya tarik *Attractive Score* (AS) maka akan diperoleh nilai *Total Attractive Score* (TAS).

Tabel 10. Hasil Matrik Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi

| Faktor Strategi | Bobot | Strategi Alternatif | | | | | | | | | | | |
|------------------|--------------|---------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| | | Strategi 1 | | Strategi 2 | | Strategi 3 | | Strategi 4 | | Strategi 5 | | Strategi 6 | |
| Kekuatan | | AS | TAS | AS | TAS | AS | TAS | AS | TAS | AS | TAS | AS | TAS |
| A | 0,096 | 3,1 | 0,298 | 3,4 | 0,326 | 3,4 | 0,326 | 2,9 | 0,278 | 3,4 | 0,326 | 3,3 | 0,317 |
| B | 0,088 | 3,1 | 0,273 | 3,1 | 0,273 | 3,1 | 0,273 | 3,0 | 0,264 | 3,1 | 0,273 | 3,1 | 0,273 |
| C | 0,087 | 3,4 | 0,296 | 3,0 | 0,261 | 3,4 | 0,296 | 3,2 | 0,278 | 3,5 | 0,305 | 3,4 | 0,296 |
| D | 0,074 | 2,5 | 0,185 | 2,3 | 0,170 | 2,8 | 0,207 | 2,9 | 0,215 | 2,8 | 0,207 | 2,9 | 0,215 |
| E | 0,091 | 2,9 | 0,264 | 3,1 | 0,282 | 3,1 | 0,282 | 3,2 | 0,291 | 3,4 | 0,309 | 3,2 | 0,291 |
| F | 0,081 | 3,2 | 0,259 | 2,7 | 0,219 | 3,5 | 0,284 | 3,2 | 0,259 | 3,4 | 0,275 | 3,3 | 0,267 |
| G | 0,085 | 2,9 | 0,247 | 3,1 | 0,264 | 3,6 | 0,306 | 2,9 | 0,247 | 3,3 | 0,281 | 3,4 | 0,289 |
| H | 0,099 | 3,2 | 0,317 | 3,2 | 0,317 | 3,5 | 0,347 | 3,0 | 0,297 | 3,3 | 0,327 | 2,9 | 0,287 |
| I | 0,082 | 3,2 | 0,262 | 3,1 | 0,254 | 3,3 | 0,271 | 3,3 | 0,271 | 3,4 | 0,279 | 3,5 | 0,287 |
| Kelemahan | | | | | | | | | | | | | |
| J | 0,073 | 2,3 | 0,168 | 2,1 | 0,153 | 2,3 | 0,168 | 2,7 | 0,197 | 2,6 | 0,190 | 2,8 | 0,204 |
| K | 0,068 | 2,3 | 0,156 | 2,5 | 0,170 | 2,8 | 0,190 | 2,6 | 0,177 | 2,8 | 0,190 | 2,7 | 0,184 |
| L | 0,076 | 2,0 | 0,152 | 2,5 | 0,190 | 2,9 | 0,220 | 2,7 | 0,205 | 2,5 | 0,190 | 2,7 | 0,205 |
| Peluang | | | | | | | | | | | | | |
| A | 0,113 | 2,8 | 0,316 | 3,3 | 0,373 | 3,3 | 0,373 | 3,2 | 0,362 | 2,9 | 0,328 | 3,2 | 0,362 |
| B | 0,090 | 3,1 | 0,279 | 3,3 | 0,297 | 3,1 | 0,279 | 3,0 | 0,270 | 3,2 | 0,288 | 3,2 | 0,288 |
| C | 0,115 | 3,0 | 0,345 | 3,0 | 0,345 | 3,3 | 0,380 | 3,2 | 0,368 | 3,1 | 0,357 | 3,1 | 0,357 |
| D | 0,103 | 3,1 | 0,319 | 3,1 | 0,319 | 3,4 | 0,350 | 3,4 | 0,350 | 3,3 | 0,340 | 3,5 | 0,361 |
| E | 0,097 | 2,7 | 0,262 | 2,8 | 0,272 | 3,0 | 0,291 | 3,0 | 0,291 | 2,9 | 0,281 | 3,3 | 0,320 |
| F | 0,109 | 2,7 | 0,294 | 2,8 | 0,305 | 3,3 | 0,360 | 2,9 | 0,316 | 3,3 | 0,360 | 3,0 | 0,327 |
| G | 0,113 | 3,1 | 0,350 | 2,9 | 0,328 | 3,1 | 0,350 | 2,9 | 0,328 | 3,4 | 0,384 | 2,9 | 0,328 |
| Ancaman | | | | | | | | | | | | | |
| H | 0,084 | 2,5 | 0,210 | 1,9 | 0,160 | 2,5 | 0,210 | 2,4 | 0,202 | 2,6 | 0,218 | 2,3 | 0,193 |
| I | 0,082 | 2,7 | 0,221 | 2,3 | 0,189 | 2,9 | 0,238 | 2,6 | 0,213 | 3,1 | 0,254 | 2,4 | 0,197 |
| J | 0,094 | 2,5 | 0,235 | 2,4 | 0,226 | 2,9 | 0,273 | 2,6 | 0,244 | 3,2 | 0,301 | 2,8 | 0,263 |
| Total | 2,000 | | 5,709 | | 5,692 | | 6,273 | | 5,923 | | 6,263 | | 6,109 |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

Tabel 4.11 Peringkat Alternatif Strategi Pengembangan Pada Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi

| No. | Alternatif Strategi | Skor TAS | Peringkat |
|-----|---|----------|-----------|
| 1. | Bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu | 6,273 | 1 |
| 2. | Menambahkan atau berinovasi agar produk bertahan lama untuk dapat dipasarkan di <i>marketplace</i> | 6,263 | 2 |
| 3. | Melakukan inovasi pada kemasan produk seperti tampilan jamu botol siap minum dan menjadi lebih praktis | 6,109 | 3 |
| 4. | Mengadakan promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran | 5,923 | 4 |
| 5. | Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas jamu serta menjaga kemurnian jamu tanpa bahan kimia obat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan | 5,709 | 5 |
| 6. | Penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu | 5,692 | 6 |

(Sumber: Pengolahan Data, 2021)

Berdasarkan hasil pergitungan *Total Attractive Score* (TAS) yang telah dilakukan didapatkan beberapa alternatif strategi, alternatif strategi yang paling diminati dan diprioritaskan nantinya dapat diterapkan di Usaha Toko Jamu Tradisional Ibu Hadi yaitu bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu dengan skor 6,273.

Alternatif strategi yang paling tidak diminati adalah penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu dengan skor 5,692.

SIMPULAN

1. Bersumber pada hasil analisis faktor internal industri dengan menggunakan matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) diketahui bahwa kekuatan utama industri merupakan ialah jenis produk jamu yang dipunyai dengan skor 3,6. Sebaliknya kelemahan utama yang dipunyai oleh industri merupakan tidak adanya alat/mesin yang digunakan dalam proses pembuatan jamu dengan skor 1,7. Total skor rata-rata dari matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan 2,99.
2. Bersumber pada hasil analisis faktor eksternal industri dengan menggunakan matrik *External Factor Evaluation* (EFE) diketahui bahwa peluang utama industri merupakan kepercayaan pelanggan bahwa toko jamu ibu hadi tidak mengandung bahan kimia obat (BKO) dengan skor 0,40. Sebaliknya ancaman terbesar yang dipunyai industri ialah tidak memanfaatkan teknologi digital untuk promosi usaha dengan skor 0,17. Total skor rata-rata dari matrik *External Factor Evaluation* (EFE) merupakan 2,93.
3. Hasil dari evaluasi matrik *Internal-External* (IE) menampilkan posisi dari Usaha Jamu Tradisional Ibu Hadi terletak pada posisi kuadrat V ialah strategi menjaga serta mempertahankan (*hold and maintain*). Sehingga strategi yang tepat diterapkan oleh Usaha Toko Jamu Ibu Hadi merupakan strategi penetrasi pasar serta pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar ialah strategi pertumbuhan industri dengan tingkatan penjualan

produk yang sudah ada kepada segmen pasar yang sudah ada tanpa mengubah produk dengan cara apapun.

4. Hasil dari analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dihasilkan beberapa alternatif strategi antara lain:
 - a) Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas jamu serta menjaga kemurnian jamu tanpa bahan kimia obat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
 - b) Penggunaan peralatan atau teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas dan mempercepat proses produksi jamu.
 - c) Bekerja sama dengan beberapa aplikasi ojek online untuk mempermudah pelanggan dalam membeli jamu.
 - d) Mengadakan promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pemasaran.
 - e) Menambahkan atau berinovasi agar produk bertahan lama untuk dapat dipasarkan di *marketplace*.
 - f) Melakukan inovasi pada kemasan produk seperti tampilan jamu botol siap minum dan menjadi lebih praktis.
5. Hasil dari matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), bersumber pada 6 alternatif strategi yang terdapat ada satu strategi yang diprioritaskan untuk dicoba oleh industri, ialah bekerja sama dengan sebagian aplikasi ojek online untuk memudahkan pelanggan dalam membeli jamu dengan skor *Total Attractive Score* (TAS) paling tinggi ialah sebesar 6, 273.

SARAN

1. Diharapkan pemilik usaha serta segala karyawan mempunyai komitmen bersama dalam membuat kebijakan industri buat menjunjung serta menekan upaya pengembangan strategi menjalankan kerja sama dengan ojek online yang potensial menaikkan nilai jual serta pemasaran. Sehingga alternatif strategi yang diprioritaskan tersebut bisa ditindak lanjuti lebih jauh oleh pihak industri.
2. Perlu adanya beradaptasi pemilik dan karyawan terhadap kondisi pandemik yang ada pada saat ini untuk tetap mempertahankan penjualan pada Usaha Toko Jamu Ibu Hadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Utami Sutiksno, (2020). *Tourism Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Aniek Rumijati, (2020). *Kemandirian Ekonomi dan Bisnis Indonesia Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Ahmad, (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Juliansyah Noor, (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenada Media.
- Muhammad Anang Firmansyah, (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: Qiara Media.
- Sarfilianty Anggiani, (2018). *Kewirausahaan Pola Pikir, Pengetahuan, dan Keterampilan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Elbadiansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: CV IRDH.
- Fadila, (2020). *Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Jerry Wuisang, (2019). *Konsep Kewirausahaan dan UMKM*. Sulawesi Utara: Yayasan Makaria Waya.

- Juddi, (2019)a. *Komunikasi Budaya dan Dokumen Kontemporer*. Bandung: Unpad Press.
- Juddi, (2019)b. *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer*. Bandung: Unpad press.
- Juddi, (2019)c. *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*. Bandung: Unpad Press.
- Juliasty, (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. Jakarta: PT Balai Pustaka (Persero).
- Murdijati-Gardjito, (2018). *Jamu Pulasaka Penjaga Kesehatan Bangsa, Asli Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rachmawan Budiarto, (2015). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rangkuti, (2006). *Analisis SWOT Teknik Membenah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ronal Watrianthos, (2020). *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.