

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Analisis Lingkungan Usaha Pempek Kak Yan 147

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang bertujuan dalam menentukan faktor yang menjadi kunci untuk peluang, ancaman, kekuatan serta kelemahan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Identifikasi faktor internal dan eksternal diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha.

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal bertujuan dalam memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi, Adapun yang termasuk dalam faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi antara lain sebagai berikut :

Table 5.1
Analisis Lingkungan Faktor Internal Usaha Pempek Kak Yan 147

| No. | Kekuatan | Kelemahan |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1. | Harga produk dan layanan yang ditawarkan terjangkau | Belum memiliki <i>divisi marketing</i> |
| 2. | Lokasi usaha berada di pusat kota | Belum memakai alat dengan teknologi terkini |
| 3. | Memiliki <i>database</i> pelanggan untuk memudahkan promosi dan penjualan produk | Ruang gudang yang terbatas |
| 4. | Kualitas citra rasa | Kelangkaan bahan baku sewaktu – waktu |
| 5. | Memiliki kapasitas produksi yang baik | Terbatasnya Modal |

Sumber : Data primer diolah (2022)

A. Kekuatan

Faktor kekuatan merupakan bagian dari faktor internal yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Faktor-faktor yang menjadi bagian dari kekuatan harus digunakan semaksimal mungkin agar dapat mencapai tujuan pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi antara lain :

- 1) Harga produk dan layanan yang ditawarkan terjangkau
- 2) Lokasi usaha berada di pusat kota
- 3) Memiliki database pelanggan untuk memudahkan promosi dan penjualan produk
- 4) Kualitas cita rasa
- 5) Memiliki kapasitas produksi yang baik

B. Kelemahan

Faktor kelemahan merupakan bagian dari faktor internal yang dapat mempengaruhi dan menghambat pengembangan usaha. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan harus ditangani dengan sebaik mungkin agar dapat mencapai tujuan pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi antara lain :

- 1) Belum memiliki *divisi marketing*
- 2) Belum memakai alat dengan teknologi terkini
- 3) Ruang Gudang yang terbatas
- 4) Kelangkaan bahan baku sewaktu-waktu
- 5) Terbatasnya modal

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk memberikan gambaran tentang peluang dan ancaman yang dihadapi dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi antara lain :

Table 5.2
Analisis Lingkungan Faktor Eksternal Usaha Pempek Kak Yan 147

| No. | Peluang | Ancaman |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1. | Produk dapat di konsumsi semua kalangan | Banyak pesaing luar/ produk nasional yang masuk |
| 2. | Kebutuhan masyarakat untuk menjadikannya buah tangan sangat tinggi | Harga bahan baku naik sewaktu waktu |
| 3. | Memiliki stok produk, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk terlalu lama | Munculnya kompetitor yang sejenis |
| 4. | Respon positif pelanggan terhadap produk | Promosi dari kompetitor yang lebih menarik |
| 5. | Memiliki standar harga untuk bersaing dengan kompetitor | Perang harga dengan kompetitor |

Sumber : Data primer diolah (2022)

A. Peluang

Faktor peluang adalah bagian dari faktor eksternal, faktor - faktor tersebut dianggap sebagai suatu potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Potensi tersebut harus dimanfaatkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Peluang tersebut antara lain :

- 1) Produk dapat di konsumsi semua kalangan
- 2) Kebutuhan masyarakat untuk menjadikannya buah tangan sangat tinggi

- 3) Memiliki stok produk, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk terlalu lama
- 4) Respon positif pelanggan terhadap produk
- 5) Memiliki standar harga untuk bersaing dengan kompetitor

B. Ancaman

Faktor ancaman merupakan bagian dari faktor eksternal, faktor-faktor tersebut dianggap sebagai suatu ancaman yang dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Maka dari itu faktor-faktor tersebut harus dihindari. Faktor ancaman yang dihadapi usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi antara lain :

- 1) Banyak pesaing luar/ produk nasional yang masuk
- 2) Harga bahan baku naik sewaktu waktu
- 3) Munculnya kompetitor yang sejenis
- 4) Promosi dari kompetitor yang lebih menarik
- 5) Perang harga dengan kompetitor

5.2 Matriks IFAS dan EFAS

Hasil dari analisis lingkungan internal dan eksternal akan menjadi faktor utama dalam menyusun matriks IFAS dan EFAS sehingga diperoleh informasi mengenai faktor internal dan eksternal. Pemberian bobot, reteng dan skor yang dilakukan oleh pemilik usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi sebagai pihak internal berdasarkan pertimbangan dampak dan pengaruh terhadap usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi.

Table 5.3
Matriks IFAS dan EFAS

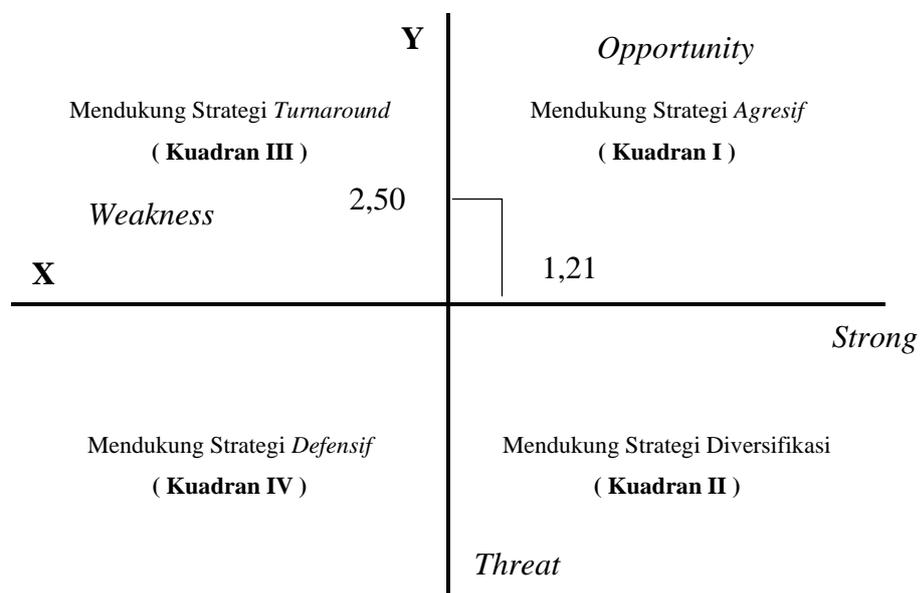
| No. | Faktor Internal dan Eskternal | Bobot | Rating | Skor |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|-------------|
| A. | Kekuatan | | | |
| 1. | Harga produk dan layanan yang ditawarkan terjangkau | 0,14 | 4,5 | 0,62 |
| 2. | Lokasi usaha berada di pusat kota | 0,11 | 3,5 | 0,38 |
| 3. | Memiliki database pelanggan untuk memudahkan promosi dan penjualan produk | 0,08 | 2,5 | 0,19 |
| 4. | Kualitas citra rasa | 0,15 | 5,0 | 0,77 |
| 5. | Memiliki kapasitas produksi yang baik | 0,11 | 3,5 | 0,38 |
| | Total Skor Kekuatan | 0,58 | | 2,34 |
| B. | Kelemahan | | | |
| 1. | Belum memiliki divisi marketing | 0,08 | 2,5 | 0,19 |
| 2. | Belum memakai alat dengan teknologi terkini | 0,08 | 2,5 | 0,19 |
| 3. | Ruang gudang yang terbatas | 0,09 | 3,0 | 0,28 |
| 4. | Kelangkaan bahan baku sewaktu – waktu. | 0,09 | 3,0 | 0,28 |
| 5. | Terbatasnya modal | 0,08 | 2,5 | 0,19 |
| | Total Skor Kelemahan | 0,42 | | 1,13 |
| | Total Skor Faktor Internal | 1,00 | | |
| C. | Peluang | | | |
| 1. | Produk dapat di kosumsi semua kalangan | 0,17 | 5,0 | 0,83 |
| 2. | Kebutuhan masyarakat untuk menjadikannya buah tangan sangat tinggi | 0,15 | 4,5 | 0,68 |
| 3. | Memiliki stok produk, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk terlalu lama | 0,08 | 2,5 | 0,21 |
| 4. | Respon positif pelanggan terhadap produk | 0,15 | 4,5 | 0,68 |
| 5. | Memiliki standar harga untuk bersaing dengan kompetitor | 0,15 | 4,5 | 0,68 |
| | Total Skor Peluang | 0,70 | | 3,07 |
| D. | Ancaman | | | |
| 1. | Banyak pesaing luar/ produk nasional yang masuk | 0,07 | 2,0 | 0,13 |
| 2. | Harga bahan baku naik sewaktu waktu | 0,07 | 2,0 | 0,13 |
| 3. | Munculnya kompetitor yang sejenis | 0,07 | 2,0 | 0,13 |
| 4. | Promosi dari kompetitor yang lebih menarik | 0,03 | 1,0 | 0,03 |
| 5. | Perang harga dengan kompetitor | 0,07 | 2,0 | 0,13 |
| | Total Skor Ancaman | 0,30 | | 0,57 |
| | Total Skor Faktor Eksternal | 1,00 | | |

Sumber : Data Lampiran 5

5.3 Analisis Diagram SWOT

Sumbu X didapatkan dari total nilai IFAS skor kekuatan – total skor kelemahan. $X = 2,34 - 1,13 = 1,21$ Sedangkan sumbu Y didapatkan dari total nilai EFAS skor peluang – ancaman. $Y = 3,07 - 0,57 = 2,50$

Gambar 5.1
Analisis Diagram SWOT



Sumber : Data Primer (2022)

Berdasarkan gambar analisis diagram SWOT diatas menunjukkan usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi berada di Kuadran 1 dengan nilai IFAS 1,21 dan nilai EFAS 2,50. Hasil tersebut menunjukkan keadaan UMKM mendukung strategi agresif dimana strategi ini mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. Dengan demikian UMKM memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

5.4 Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor strategi pada usaha Pempek Kak Yan 147 di Kota Jambi. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Table 5.4
Analisis Matriks SWOT

| | Internal | | <i>STRENGTHS (S)</i> | | <i>WEAKNESSES (W)</i> |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 1. | Harga produk dan layanan yang ditawarkan terjangkau | 1. | Belum memiliki divisi marketing |
| | | 2. | Lokasi usaha berada di pusat kota | 2. | Belum memakai alat produksi dengan teknologi terkini |
| | | 3. | Memiliki database pelanggan untuk memudahkan promosi dan penjualan produk | 3. | Ruang gudang yang terbatas |
| | | 4. | Kualitas citra rasa | 4. | Kelangkaan bahan baku sewaktu – waktu. |
| | | 5. | Memiliki kapasitas produksi yang Baik | 5. | Terbatasnya Modal |
| | Eksternal | | | | |
| | | | <i>OPPORTUNITIES (O)</i> | | <i>STRATEGI (SO)</i> |
| 1. | Produk dapat di konsumsi semua kalangan | 1. | Menawarkan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas cita rasa yang baik dan memberikan pelayanan yang baik (S1,S4, O4 dan O5) | 1 | Terus menjalani hubungan yang baik kepada reseller dan memberikan reward terhadap reseller terbaik. |
| 2. | Kebutuhan masyarakat untuk menjadikannya buah tangan sangat tinggi | 2. | Lokasi usaha yang strategis memberikan peluang konsumen untuk berbelanja dengan mudah (S2 dan O2) | 2 | Menjalani kerja sama kepada beberapa mitra (S4,S5 dan |
| 3. | Memiliki stok produk, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu produk terlalu lama | 3. | Menjalin hubungan baik dengan konsumen dan memperluas jangkauan distribusi penjualan (S3,S5 dan O3) | 3. | Sering melakukan promosi maupun iklan disosial media (S1,O4 dan O5) |
| 4. | Respon positif pelanggan terhadap produk | | | | |
| 5. | Memiliki standar harga untuk bersaing dengan competitor | | | | |
| | | | <i>THREATS (T)</i> | | <i>STRATEGI (ST)</i> |
| 1. | Banyak pesaing luar/ produk nasional yang masuk. | 1. | Melakukan inovasi terhadap produk olahan pempek dan memiliki ciri khas sendiri yang dapat menambah nilai jual | 1. | Menjaga kualitas citra rasa dari kompetitor yg lain |
| 2. | Harga bahan baku naik sewaktu waktu | 2. | Menggunakan influencer sebagai media promosi | 2. | Sering mengadakan diskon di hari-hari spesial, contoh hari ulang tahun,dll |
| 3. | Munculnya kompetitor yang sejenis | 3. | Memiliki langganan supplier terpercaya | 3. | Miliki supplier terpercaya lebih dari satu |
| 4. | Promosi dari kompetitor yang lebih menarik | | | | |
| 5. | Perang harga dengan competitor | | | | |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT diatas, didapatkan 4 kelompok strategi yaitu strategi SO,WO,ST dan WT adapun strategi tersebut yaitu :

A. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi UMKM. Strategi yang harus diterapkan dalam usaha ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*).

Strategi SO yang dapat dilakukan oleh usaha Pempek Kak Yan 147 yaitu :

1. Menawarkan harga yang lebih terjangkau dengan kualitas cita rasa yang baik tentunya akan mudah untuk diincar oleh konsumen karena konsumen tidak hanya melihat suatu produk berdasarkan rasa namun harga juga berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli sebuah produk, dan memberikan pelayanan yang baik juga merupakan hal penting dalam berwirausaha, dengan hanya senyum dan menyapa pelanggan tentu pelanggan akan senang berbelanja .
2. Lokasi usaha yang strategis memberikan peluang konsumen untuk berbelanja dengan mudah. Usaha Pempek Kak Yan 147 terletak di pusat kota dimana dekat dengan daerah perkantoran dan terletak di pinggir jalan umum yang sering dilewati masyarakat, sehingga dengan mudah mendapatkan pelanggan, selain itu perlu menjaga kualitas rasa dan mampu bersaing dengan harga kompetitor lain.
3. Menjalin hubungan baik dengan konsumen dan memperluas jangkauan distribusi penjualan, tidak hanya kualitas rasa tetapi juga perlu menjalin hubungan baik dengan konsumen karena jika konsumen merasa senang dengan kita, mereka tentu akan mempromosikan dengan Cuma Cuma kepada teman, kerabat ataupun keluarga mereka, dan tentu saja ini akan menambah pelanggan dan memperluas distribusi penjualan Pempek Kak Yan 147.

B. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh UMKM. Strategi yang harus dilakukan dalam usaha ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Strategi WO yang dapat dilakukan oleh usaha Pempek Kak Yan 147 yaitu :

1. Reseller merupakan mitra usaha yang membantu usaha kita dalam menjual produk kita, dengan adanya reseller penyebaran produk kita tentu akan luas dan menambah pangsa pasar usaha kita, dengan itu kita perlu menjaga loyalitas atau hubungan baik dengan reseller dengan memberikan harga yg menarik atau memberikan reward atas pembelian produk kepada usaha kita.
2. Usaha yg berkembang atau bertambah besar tentu membutuhkan modal yg besar pula, dengan melakukan kerja sama dengan berbagai mitra tentu kita akan memperoleh pendanaan untuk menjalankan kegiatan usaha kita.
3. Promosi atau iklan yg di lakukan melalui berbagai media seperti media sosial, media cetak dan lainnya, itu merupakan hal yang sangat penting, karena promosi atau iklan bertujuan untuk memperkenalkan produk yg kita jual, dengan iklan atau promosi yang menarik, itu akan menarik banyak pelanggan untuk mencoba membeli produk yg kita jual.

C. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi segala ancaman dari luar UMKM. Strategi yang dapat dilakukan yaitu :

1. Tentu pelanggan akan merasa bosan dengan produk olahan pempek yang begitu saja, baiknya usaha Pempek Kak Yan 147 melakukan inovasi terhadap olahan pempek seperti inovasi dalam bentuk pempek nya, warna, atau berbagai varian rasa, selain itu cita rasa adalah hal yg sangat penting, tentu saja pembeli kecewa dengan rasa pempek yg kurang nikmat seperti kurang dalam rasa asin nya atau kurang terasa ikan nya.

2. Promosi atau iklan yg di lakukan tentu tidak cukup jika tidak ada review atau testimoni dari pelanggan untuk meyakinkan pembeli tentang pengalaman dalam mencicipi Pempek Kak Yan 147, agar cepat dalam menarik hati pelanggan tentu perlu menggunakan jasa influencer seperti selebgram, tiktokers, ataupun artis yang sudah banyak diikuti ribuan atau jutaan orang, tentu saja pengikut influencer akan tergoda untuk membeli pempek yang dipromosikan tersebut.
3. Bahan baku adalah hal penting dalam terciptanya cita rasa pempek, tentu nya perlu kualitas yg baik dan supplier terpercaya, sehingga kita tidak ragu dengan hasil produk pempek yg kita buat.

D. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal dan eksternal, strategi ini menghindari adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan. Strategi yang dapat dilakukan yaitu :

1. Agar usaha Pempek Kak Yan 147 dapat bersaing dan bertahan dari kompetitornya, usaha Pempek Kak Yan 147 tentunya harus menjaga kualitas citra rasa pempeknya seperti, dengan memperhatikan bahan bakunya dan proses produksinya sehingga menciptakan cita rasa yang mampu menyaingi kompetitor lain.
2. Persaingan di dunia kuliner tidak hanya tentang rasa dan harga namun melalui promosi atau diskon yang menarik juga merupakan persaingan dalam memikat konsumen sehingga tertarik untuk membeli, usaha Pempek Kak Yan 147 kurang melakukan promosi atau diskon untuk menarik minat pembeli sehingga saya menyarankan usaha Pempek Kak Yan 147 Sering mengadakan diskon di hari-hari special, seperti di hari kemerdekaan atau di bulan Ramadhan dan sebagainya, diskon atau promo yang dilakukan akan dapat menarik minat pembeli.
3. Memiliki supplier terpercaya lebih dari satu, supplier dalam memenuhi bahan dapur produksi pempek baiknya tidak hanya mengandalkan satu

supplier saja, tujuannya sebagai cadangan jika pada supplier pertama tidak cukup dalam memenuhi bahan baku pembuatan pempek, sehingga tidak mengalami kekuarangan bahan baku yang akan mengakibatkan terhambatnya proses produksi pempek.

