

**ANALISIS STRATEGI INOVASI USAHA SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM
(Studi Kasus UKM Ambudi Makmur II Kabupaten Bangkalan)**

R Ay Fadhillah Nur Ahadiyani

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : rayufna25@gmail.com

ABSTRACT

The role of MSMEs is big enough for the growth of the economy in the country of Indonesia, besides that, the biggest contribution of MSME business is the creative economy and innovation industries. These MSMEs also have weakness while operating, so that the government needs to provide supports so that the MSME business can run well. To provide supports, the government also wants MSMEs to have products that are different from others and have a high selling value by utilizing the potential in the surrounding environment. Data processing methods carried out are using qualitative descriptive analysis. Data from interview data, observations, and questionnaires that have been filled out and then analyze qualitative data using the two-stage analysis method strategy formulation, namely Qualitative Descriptive Analysis.

UKM Ambudi Makmur II has the factors which are the biggest opportunity and the most influential in UKM Ambudi Makmur II is that economic growth in Bangkalan Regency increases so that consumption in the food industry also increases. This is a great opportunity for UKM Ambudi Makmur II. And the factors that become the main threat can be avoided, namely the barriers to entering high retailers because the quality of UKM Ambudi Makmur II's products is safe, clean and neat. The results of the analysis of the internal factors of the UKM Ambudi Makmur II are the factors that become the strength of the internal party, namely the location of the company. A good strategy used by UKM Ambudi Makmur II is to defend and maintain, market penetration strategies, and product development. Based on the SWOT analysis, six new strategies can be produced which are expected to help the development of the processed salacca business in UKM Ambudi Makmur II.

Keywords: Innovation Strategy, Business

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan

perekonomian di Indonesia khususnya di Kabupaten Bangkalan. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah

dalam memberikan fasilitas baik fasilitas sumber daya mesin maupun financial yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. Peran UMKM ini cukup besar untuk tumbuhnya ekonomi di negara Indonesia termasuk di Kabupaten Bangkalan, selain itu bahwa kontribusi terbesar dari usaha UMKM adalah industri ekonomi kreatif dan adanya inovasi dalam produk. UMKM ini juga masih memiliki kelemahan saat beroperasi karena kurangnya keyakinan masyarakat terhadap UMKM sehingga pemerintah perlu untuk memberikan dukungan dan sokongan agar bisnis UMKM ini bisa berjalan dengan lancar. Untuk memberi dukungan dan sokongan pemerintah juga menginginkan UMKM memiliki produk yang berbeda dengan yang lain dan memiliki nilai jual yang tinggi dengan memanfaatkan potensi kearifan lokal dilingkungan daerah sekitar.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana inovasi yang memanfaatkan kearifan lokal yang diolah oleh UKM Ambudi Makmur II saat ini dalam meningkatkan pendapatannya ?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal pada UKM Ambudi Makmur II ?
3. Bagaimana analisis SWOT pada UKM Ambudi Makmur II ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui inovasi yang dilakukan oleh UKM Ambudi

Makmur II untuk lebih meningkatkan pendapatannya.

2. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal UKM Ambudi Makmur II.
3. Mengetahui analisis SWOT pada UKM Ambudi Makmur II.

Manfaat Penelitian

Bagi Teoritis

Untuk mempraktekkan teori-teori yang telah di dapat selama berada di bangku kuliah sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

Bagi Praktisi

Hasil penelitian yang dibuat bisa dijadikan sebagai tolak ukur UKM Ambudi Makmur II dan pemerintah agar dapat meningkatkan kualitas serta kinerja dalam hal mengetahui manfaat kearifan lokal terhadap perekonomian daerah.

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang strategi inovasi industri yang dilakukan oleh Zainul Muchlas (2015), dalam judul “**Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri di Kota Batu**”.

Hasil penelitian ini memberi 2 kesimpulan, yaitu umum dan khusus. Kesimpulan umum menunjukkan bahwa inovasi merupakan proses yang sangat penting dan jika dilakukan dengan berdasarkan visi perusahaan ke depan tentang produk tersebut dan tepat sesuai dengan karakteristik produk dan usaha, maka terbukti dapat meningkatkan kinerja IKM. Adapun kesimpulan khusus dapat dibagi menjadi 4, yaitu

IKM di Batu secara umum dapat dibagi menjadi 3, yaitu IKM makanan, tanaman, dan kerajinan. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pilihan usaha IKM sangat mendukung posisi Kota Batu sebagai Kota Pertanian, Kota Pariwisata, dan Kota Pendidikan khususnya pendidikan pada agrowisata. Simpulan ini didukung dengan beberapa usaha yang mengikuti posisi geografis Kota Batu, yaitu untuk Kecamatan Kota Batu (tengah kota) lebih didominasi oleh IKM tanaman, sedangkan untuk Kecamatan Junrejo (yang relatif jauh dari kota) didominasi oleh usaha kerajinan. Karakteristik ini sudah mengacu pada model sistem industri, sehingga diharapkan dapat menjadi lingkungan industri kecil yang produknya efisien dan efektif. Variasi karakteristik IKM sangat tinggi yang ditunjukkan dengan data dari berbagai sumber daya IKM yang ada, antara lain yaitu jumlah tenaga kerja dan jumlah permodalan. Banyak IKM yang modalnya mencapai 1 milyar, namun sebaliknya banyak juga yang baru memiliki modal sebesar 1 juta. Data menunjukkan bahwa rata-rata aset IKM adalah Rp. 112.382.789,- dengan standar deviasi Rp. 230.834.164. Data ini menunjukkan bahwa IKM pada data jumlah modal IKM sangat tinggi dan adanya perbedaan yang tinggi (tajam) antara kekuatan modal IKM. Hasil pengujian secara uji F terhadap 4 variabel menunjukkan bahwa ke-4 variabel tersebut dapat berpengaruh signifikan terhadap kinerja IKM. Apabila ke-4 variabel tersebut diuji bersamaan, maka akan saling mempengaruhi untuk menjadi prediktor

yang signifikan pada taraf 1%. Akan tetapi, secara individual pada uji t dari ke-4 variabel prediktor, terbukti hanya 2 variabel yang berpengaruh sangat signifikan terhadap kinerja IKM, yaitu variabel inovasi berdimensi kepemimpinan dan variable tipe inovasi. Kedua variabel ini membuktikan bahwa inovasi akan dapat mendukung kinerja apabila pemimpin memiliki visi dan didukung penuh oleh seluruh karyawan organisasi, serta jika inovasi dilakukan sesuai dengan karakteristik produk yang dimiliki. Temuan ini didukung oleh 2 variabel lainnya yaitu sumber inovasi dan tingkat inovasi yang menunjukkan tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa inovasi IKM tidak boleh meniru inovasi IKM yang sudah ada dan tidak disarankan menggunakan teknologi yang mahal. Inovasi dapat dilakukan atas dasar kreativitas pemilik sesuai dengan karakteristik produk dan dilakukan dengan teknologi yang murah dan sederhana, namun tidak perlu mahal.

Persamaan dalam penelitian ini untuk meningkatkan pendapatan UMKM dibutuhkan strategi yang dapat menarik perhatian pelanggan sehingga dapat menjual produk lebih banyak dari sebelumnya.

Kajian Teori

Marketing Mix

Bauran pemasaran bisa disebut *marketing mix* yaitu alat pemasaran yang dapat dikendalikan berupa produk, harga, promosi dan distribusi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon pelanggan yang diinginkan dalam pasar sasaran sesuai dengan tujuan perusahaan. Sehingga

dapat memunculkan kepuasan bagi pelanggan dan juga dapat mencapai tujuan perusahaan.

Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik baru serta belum pernah ada sebelumnya yang diharapkan dapat diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok masyarakat tertentu untuk diaplikasikan menjadi sebuah produk atau jasa dalam bisnis sehingga menjadikan sesuatu yang baru bagi masyarakat.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis baik faktor internal maupun faktor eksternal untuk merumuskan strategi baru dalam mengembangkan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada masalah perusahaan yang dapat dimaksimalkan melalui kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat diminimalisir pada kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

UMKM

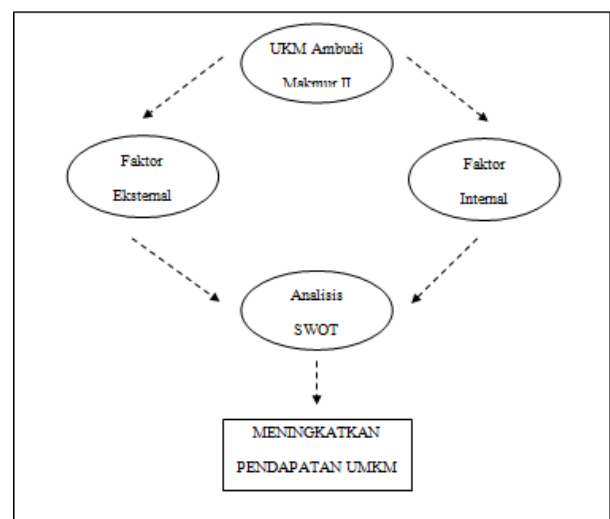
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pengembangan tempat dan produksi kegiatan ekonomi utama yang menjadi penggerak pembangunan perekonomian Indonesia. Yang merupakan penggerak pembangunan perekonomian Indonesia meliputi kegiatan industri manufaktur, agribisnis, sumber daya kelautan, dan sumber daya manusia. UMKM juga dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewadahi

program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi yang terdapat di negara Indonesia.

Kearifan Lokal

Kearifan lokal adalah kegiatan kreatif terhadap situasi dalam kondisi geografis, politis, historis, dan situasional yang bersifat lokal. Kearifan lokal juga dapat diartikan sebagai pandangan hidup dan pengetahuan serta berbagai strategi dalam kehidupan yang terwujud pada aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka dengan memanfaatkan ciri khas daerah setempat.

Kerangka Teori



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini, 2019

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data yang bersifat kualitatif, data berasal dari sumber internal UKM Ambudi Makmur II yaitu

pemilik dan karyawan serta sumber eksternal disebarkan dan konsumen.

Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada UKM Ambudi Makmur II di Jalan Kramat Kec. Bangkalan. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan bahwa lokasi produksi dan penjualan olahan salak yang merupakan salah satu UMKM yang berpotensi untuk mengembangkan usahanya.

Metode Pengambilan Data

Data primer diperoleh langsung dari pihak internal dan eksternal UKM Ambudi Makmur II melalui wawancara, pengamatan secara langsung (*observasi*) dan kuesioner. Responden dari pihak internal antara lain pemilik dan karyawan UKM Ambudi Makmur II. Selain itu, untuk responden eksternal yaitu perwakilan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan dan konsumen produk olahan salak.

Teknis Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data hasil data wawancara, observasi dan kuesioner yang telah diisi dan selanjutnya menganalisis data kualitatif dengan menggunakan metode analisis dua tahap formulasi strategi yaitu Analisis Deskriptif Kualitatif dan Analisis Perumusan Strategi dari Manajemen Strategi dari David FR tahun 2009 dan tahun 2015.

HASIL PENELITIAN

Sejarah UKM Ambudi Makmur II

Usaha ini didirikan oleh ibu Saniyah berdiri pada tahun 1999, awal berdirinya usaha ini karena

melimpahnya buah salak di Desa Kramat hingga mengalami pembusukan maka ibu Saniyah mengelolanya menjadi usaha yang dapat menghasilkan dan dapat dikerjakan bersama orang – orang disekitar. Awal berdirinya UKM ini merupakan rintisan kelompok tani di Desa Kramat Bangkalan. Namun pada tahun 2000 kelompok tani ini mulai aktif memproduksi berbagai macam makanan kecil yang berasal berbahan dasar salak. Pada tahun 2005 kelompok tani ini mulai produktif dalam memproduksi berbagai macam olahan sirup, kurma, dan dodol salak. UKM Ambudi Makmur II ini merupakan usaha rumahan yang berskala pabrik berada di Dusun Morkolak Timur Desa Kramat Kabupaten Bangkalan

Visi dan Misi UKM Ambudi Makmur II

UKM Ambudi Makmur II memiliki visi dan misi untuk mengembangkan usahanya, dalam hasil wawancara pemilik UKM Ambudi Makmur II mengatakan bahwa visi perusahaan adalah ingin mengangkat perekonomian di Desa Kramat dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk menambah jumlah karyawan. Sedangkan misi dari UKM Ambudi Makmur II ini menarik perhatian masyarakat luas dengan menjadikan Desa Kramat sebagai Desa Agrowisata.

Tenaga Kerja UKM Ambudi Makmur II *Tenaga Kerja Profesional*

Tenaga kerja profesional ini merupakan tenaga kerja yang dikelola langsung oleh pemilik UKM Ambudi Makmur II.

Tenaga Kerja Lokal

Tenaga kerja lokal merupakan tenaga kerja yang memberdayakan masyarakat sekitar untuk ikut serta mengelola olahan salak ini. Jumlah tenaga kerja lokal pada UKM Ambudi Makmur II ini sebanyak 3 orang yang merupakan ibu – ibu warga sekitar Desa Kramat.

Analisis UKM Ambudi Makmur II

Lingkungan Eksternal

Lingkungan Umum

1. Aspek Ekonomi

Secara umum aspek ekonomi berperan penting secara langsung maupun tidak langsung pada suatu daerah dalam mengembangkan suatu usaha. Pertumbuhan dikatakan positif bila pertumbuhan ekonomi suatu daerah stabil dan dapat membantu kelancaran perkembangan UMKM di daerah tertentu sehingga dapat menghasilkan kelompok UMKM semakin bertambah maju. Faktor yang berkaitan dengan aspek ekonomi suatu daerah, yaitu pertumbuhan sektor ekonomi dan pengeluaran rumah tangga. nilai PDRB atas nilai konstan di Kabupaten Bangkalan mengalami kenaikan disetiap tahunnya serta Pengeluaran dari tahun ke tahun semakin meningkat hal ini dapat diketahui bahwa masyarakat lebih banyak mengkonsumsi produk makanan daripada mengkonsumsi produk non makanan karena masyarakat lebih mementingkan kebutuhan pokok. Hal ini dapat menjadi

peluang bagi kelompok usaha untuk dapat mengembangkan usaha makanan dan minuman.

2. Aspek Sosial

Perubahan mobilitas yang ditinggi disebabkan oleh dekatnya Kabupaten Bangkalan dengan Kota Surabaya yang pada saat ini semakin mudah diakses melalui jembatan Suramadu sehingga masyarakat cenderung lebih meniru gaya kehidupan masyarakat kota Surabaya. Mobilitas Kabupaten Bangkalan yang tinggi dapat dilihat ketika memasuki musim liburan banyak sekali masyarakat kota Surabaya yang mendatangi Kabupaten Bangkalan untuk menikmati tempat wisata dan tempat kuliner yang ada di Kabupaten Bangkalan. Hal ini dapat dilihat dari padatnya jalan di Kabupaten Bangkalan dengan di dominasi plat L disepanjang jalan.

3. Aspek Teknologi

Pada zaman yang semakin berkembang ini tidak luput dari perkembangan teknologi yang semakin maju dan dapat dijangkau dengan mudah. Teknologi pada saat ini menjadi salah satu faktor eksternal utama untuk mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Dalam hal ini dapat dilihat berdasarkan aspek produksi dan aspek pemasaran. Dalam industri pangan, teknologi pada produksi dapat

dilihat dari mesin dan peralatan pendukung lainnya dalam mengembangkan usahanya.

Lingkungan Industri

1. Pendetang Baru Potensial

Usaha yang sudah maju tidak menutup kemungkinan akan kalah dengan pendatang baru yang memiliki manfaat nilai jual yang sama. Dimulai dari skala kecil industri makanan sudah mampu bersaing dengan usaha yang sudah mulai maju atau besar.

Awal mula UKM Ambudi Makmur II ini didirikan masih bersifat skala rumahan namun sekarang sudah menjadi usaha yang berskala besar dibuktikan dengan prestasi yang dimiliki oleh UKM Ambudi Makmur sehingga memperkecil potensi pendatang baru untuk bersaing.

2. Pesaing Antar Industri

Buah salak diolah menjadi berbagai olahan yang memiliki inovasi yaitu dodol, kismis, sirup, cokelat, kurma, dan berbagai macam minuman lainnya. Di Kabupaten Bangkalan olahan salak ini dijadikan oleh – oleh khas Madura. Produk lain yang dijadikan oleh – oleh khas Madura di antaranya kripik singkong, rengginang, kripik tette, petis udang, kripik gayam, dan lain sebagainya.

Hal ini menjadi persaingan industri di Kabupaten Bangkalan

dikarenakan banyaknya varian yang ditawarkan dan harga yang pasang relatif murah. Pada saat ini persaingan industri makanan sangat ketat disebabkan karena tidak ada hambatan untuk masuk ke dalam dunia usaha.

Lingkungan Internal

Manajemen

1. Aspek Pengorganisasian

Dalam menjalankan kegiatan operasional UKM Ambudi Makmur II menggunakan metode pendekatan komando dilakukan langsung oleh pemilik kepada karyawan kemudian unit – unit melaksanakan tugas yang telah direncanakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai berdasarkan rencana yang sudah ditetapkan sebelumnya.

2. Aspek Perencanaan

UKM Ambudi Makmur II memiliki rencana jangka panjang yaitu untuk memperluas jaringan dengan membuka cabang berbagai lokasi di Kabupaten Bangkalan sehingga produk yang dihasilkan akan lebih beragam dan tidak membiarkan konsumen bosan dengan produk olahan yang sudah ada.

3. Aspek Pemberian Motivasi

Pemberian motivasi yang dilakukan oleh UKM ini adalah keikutsertaan pemilik dalam memproduksi olahan salak sehingga karyawan loyal dan tetap nyaman bekerja pada perusahaan ini.

4. Aspek Pengelolaan Staf

Pengelolaan staff pada UKM Ambudi Makmur II ini dilakukan dengan cara memberdayakan masyarakat sekitar di Desa Kramat. Karyawan juga diberi pelatihan selama 2 bulan untuk memahami tata cara mengelola olahan salak tersebut sehingga UKM Ambudi Makmur II ini memiliki karyawan yang keterampilan dan potensi sesuai dengan harapan pemilik perusahaan.

5. Aspek Pengendalian

Pada pengendalian ini bahan baku merupakan faktor yang sangat penting dilakukan karena terkait langsung dengan proses produksi sehingga kualitas produk tetap terjaga. Untuk menjaga kualitas produk pihak UKM Ambudi Makmur II ini melakukan sortir produk yang telah dihasilkan.

Pemasaran

1. Produk

UKM Ambudi Makmur II memiliki 9 macam jenis olahan diantaranya adalah kurma salak, kismis salak, coklat salak, sirup salak, dodol salak, kopi biji salak, selai salak, manisan salak, dan aneka minuman daun salak.

2. Harga

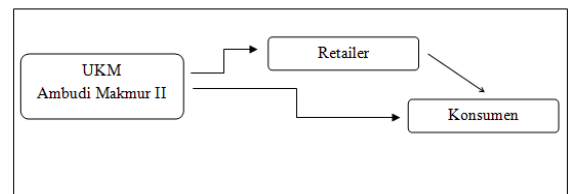
Harga yang ditawarkan oleh UKM Ambudi Makmur II ini relatif terjangkau mulai dari harga 4.000 – 17.000. UKM Ambudi Makmur II hanya memberikan satu kategori harga

untuk dijual yaitu untuk di konsumsi langsung oleh konsumen maupun untuk dijual kembali (*retailer*).

3. Produksi

Pada UKM Ambudi Makmur II ini masih menggunakan metode promosi *offline* dengan mendistribusikan kepada kedai oleh – oleh Bangkalan dan mengikuti berbagai macam pameran UMKM. Promosi ini belum menggunakan media online dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemasaran melalui sosial media.

4. Distribusi



Sumber : UKM Ambudi Makmur II

Keuangan

Modal yang digunakan berasal dari modal pribadi sebesar Rp. 300.000,- pada awal berdiri namun kapasitas yang diproduksi masih sekitar 20 kg dan belum terlalu banyak variasi olahan salak hanya sirup dan dodol. Kemudian untuk menambah modalnya UKM Ambudi Makmur mengajukan kepada pemerintah dan mengikuti kompetisi. Tujuan pengajuan modal tersebut bertujuan untuk meningkatkan hasil produksi olahan salak dan memperluas jaringan pemasaran agar dapat meningkatkan pendapatan UKM Ambudi Makmur II.

Operasional

Kebutuhan bahan baku utama dan bahan baku tambahan dapat

dipenuhi oleh UKM Ambudi Makmur II dan pemasok bahan baku. Hubungan baik antara UKM Ambudi Makmur II dengan pemasok sehingga pengiriman bahan baku selalu tepat waktu.

UKM Ambudi Makmur II hanya menggunakan dandang besar sebanyak 2 set. Kapasitas yang dihasilkan oleh UKM Ambudi Makmur II ini 60 kg per hari. Untuk sementara hasil produksi UKM Ambudi Makmur II ini cukup untuk memenuhi permintaan konsumen. Jam kerja produksi dilakukan oleh UKM Ambudi Makmur II ini dari pagi sampai sore hanya terdiri dari 1 shift.

Analisis Faktor Lingkungan Perusahaan **Analisis Faktor Eksternal Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada lingkungan eksternal UKM Ambudi Makmur II maka dapat diperoleh beberapa faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman bagi perusahaan. Berikut faktor eksternal merupakan peluang dan ancaman bagi UKM Ambudi Makmur II.

1. Pertumbuhan ekonomi tinggi di Kabupaten Bangkalan
2. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM
3. Kabupaten Bangkalan sebagai kota wisata dan kota kuliner
4. Teknologi berkembang cepat
5. Jumlah produsen dan konsumen semakin bertambah
6. Hambatan masuk retailer
7. Pembeli memiliki kekuatan untuk memilih produk yang ingin dibeli

Analisis Faktor Internal Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada lingkungan internal UKM Ambudi Makmur II maka dapat

diperoleh beberapa faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan. Berikut faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan bagi UKM Ambudi Makmur II.

1. Lokasi perusahaan mudah ditemukan
2. Produk memiliki sertifikat MUI
3. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih
4. TePembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik
5. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi
6. Pelayanan terhadap pelanggan ramah
7. Peralatan yang digunakan masih sederhana
8. Belum memiliki outlet sendiri
9. Pemasaran belum menggunakan media online

Matriks EFE dan Matriks IFE

Matriks EFE

Berdasarkan perhitungan pada matriks EFE, faktor strategis merupakan peluang besar dan dapat mempengaruhi tingkat usaha olahan salak yaitu pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bangkalan meningkat dengan nilai rata – rata skor 0,6820. Kabupaten Bangkalan dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi merupakan peluang yang baik bagi UKM Ambudi Makmur II karena meningkat juga pendapatan masyarakat sehingga berpengaruh terhadap pola konsumsi makanan.

Faktor eksternal yang menjadi ancaman UKM Ambudi Makmur II adalah hambatan masuk retailer tinggi dengan nilai rata – rata skor 0,4480. UKM Ambudi Makmur II akan

mengalami hambatan masuk retailer baru dengan ketentuan yang tidak dapat disepakati kedua belah pihak dan tidak menjaga kualitas dan mengolah salak dengan inovasi – inovasi yang lebih baru.

Total skor sebesar 3,4245 hal ini membuktikan bahwa UKM Ambudi Makmur II diatas rata – rata yaitu 2,5. Dengan ini mengidentifikasi bahwa UKM Ambudi Makmur II dengan sigap menanggapi peluang dan ancaman yang terjadi pada perusahaannya.

Matriks IFE

Berdasarkan perhitungan pada matriks IFE, faktor strategis merupakan kekuatan besar dan dapat mempengaruhi tingkat usaha olahan salak yaitu lokasi perusahaan mudah ditemukan dengan nilai rata – rata skor 0,4514. Lokasi perusahaan yang mudah ditemukan merupakan hal yang dapat mempengaruhi kelancaran usaha. Lokasi perusahaan mudah dilalui dengan transportasi darat. Dan juga lokasi usaha berdekatan dengan bahan baku sehingga mempermudah UKM Ambudi Makmur II dalam memperoleh bahan baku.

Faktor internal yang menjadi kelemahan UKM Ambudi Makmur II adalah peralatan yang digunakan masih sederhana dengan nilai rata – rata skor 0,2970. UKM Ambudi Makmur II mengalami kendala dalam peralatan untuk mengembangkan produksi lebih banyak lagi jika tidak memanfaatkan teknologi yang sudah berkembang.

Hasil analisis matriks IFE diperoleh jumlah keseluruhan skor sebesar 3,560, hal ini membuktikan bahwa UKM Ambudi Makmur diatas

rata – rata yaitu 2,5. Total skor sebesar 3,560 ini mengidentifikasi bahwa UKM Ambudi Makmur II memiliki posisi internal yang kuat dalam mengembangkan usahanya dan dapat meminimalisasi kelemahan yang terdapat pada internal UKM Ambudi Makmur II.

Analisis Strategi Inovasi Usaha

Analisis Matriks Internal dan Eksternal (IE)

Masing – masing skor dipetakan dalam matriks IE dan menempatkan matriks UKM Ambudi Makmur II dalam sel IV dengan koordinat (3,560, 2,689). Kondisi ini menunjukkan bahwa posisi eksternal berada di posisi sedang dan posisi internal berada diposisi yang kuat. Strategi yang digunakan yaitu startegi penetrasi pasar untuk meningkatkan pangsa pasar melalui media *online* dan membuka outlet sendiri untuk menambah pendapatan UKM Ambudi Makmur II. Dan juga startegi pengembangan produk yang akan dilakukan oleh UKM Ambudi Makmur II dengan menginovasi varian baru dari UKM Ambudi Makmur II agar menambah varian produk olahan salak. Berikut matriks IE UKM Ambudi Makmur II

Total Nilai IFE yang diberi bobot

		Kuat 3,0 – 4,0	Rata – Rata 2,0 – 2,99	Lemah 1,0 – 1,99
		4,0	3,0	2,0
Total Nilai IFE yang diberi bobot	Tinggi 3,0 – 4,0	3,0	(I)	(II)
	Sedang 2,0 – 2,99	2,0	(IV)	(V)
	Rendah 1,0 – 1,99	1,0	(VII)	(VIII)
			(IX)	

Sumber : dikembangkan untuk penelitian ini 2019

Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT menggambarkan manajemen suatu perusahaan dengan mencocokkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dengan kekuatan dan kelemahan internal. Tujuan dari pencocokkan matriks SWOT ini adalah menghasilkan strategi alternatif yang dapat diterima. Berikut hasil analisis matriks SWOT dengan alternatif dan pilihan strategi

Strategi S-O (kekuatan – peluang)

Strategi S-O (kekuatan – peluang) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan UKM Ambudi Makmur II untuk memanfaatkan peluang eksternal untuk memperoleh keuntungan. Strategi S-O yang digunakan adalah Memperluas jaringan kerjasama pada outlet oleh – oleh ataupun rumah makan di Kabupaten Bangkalan dan membuka tempat oleh – oleh khas olahan salak untuk meningkatkan branding UKM Ambudi Makmur II. Strategi ini merupakan upaya untuk meningkatkan pelanggan dari luar Kabupaten Bangkalan pada saat musim libur atau hari raya tiba. Pelanggan diharapkan untuk membeli oleh – oleh khas Madura yang merupakan salah satu kota wisata dan kota kuliner. Dan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan UMKM sehingga dapat dirasakan dampaknya pada perekonomian di Kabupaten Bangkalan.

Strategi W-O (kelemahan – peluang)

Strategi W-O (kelemahan – peluang) merupakan strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi W-O yang digunakan oleh UKM Ambudi Makmur II yaitu

Menggunakan peralatan yang sudah berstandart modern untuk meningkatkan produksi. Peralatan merupakan hal yang penting setelah bahan baku dalam proses produksi. Untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan cara menggunakan peralatan modern dan juga meningkatkan jumlah peralatan sehingga memudahkan perusahaan dalam melakukan proses produksi. Dengan peralatan yang modern kualitas yang akan dihasilnya akan baik serta mengurangi resiko gagal produksi. Menggunakan media *online* untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Teknologi jaman sekarang sangat canggih dan dapat membantu dalam kegiatan promosi dan pemberian informasi. Perusahaan dapat menggunakan media *online* (web, instagram, *e-commers*, dll) yang berisikan tentang informasi produk, cara pemesanan, informasi perusahaan, alamat perusahaan, promosi produk, dan lain sebagainya.

Strategi S-T (kekuatan – ancaman)

Strategi S-T (kekuatan – ancaman) adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal UKM Ambudi Makmur II untuk menghindari ancaman yang dapat merugikan. Strategi S-T yang dilakukan UKM Ambudi Makmur adalah: Meningkatkan kualitas produk lebih baik lagi. Persaingan dalam industri semakin ketat, pihak UKM Ambudi Makmur II harus mampu mempertahankan bahkan memperbaiki tingkat kualitas agar dapat menguasai pasar konsumen. Dalam hal ini pihak UKM Ambudi Makmur II harus teliti dalam pemilihan bahan baku utama dan bahan baku pendamping agar dapat

menjaga kualitas produk. Menciptakan inovasi produk baru. Dengan menginovasikan produk baru akan memberikan pilihan yang lebih banyak produk pada konsumen. Pilihan ini akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap perusahaan dan juga menjadikan alternatif agar konsumen tidak jenuh dengan produk yang sudah ada.

Strategi W-T (kelemahan – ancaman)

Strategi W-T merupakan strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal UKM Ambudi Makmur II. Strategi W-T yang dilakukan oleh UKM Ambudi Makmur II yaitu dengan menambah karyawan dan meningkatkan sumber daya manusia. Salah satu kunci keberhasilan suatu usaha apabila sumber daya yang diperlukan sesuai dengan kapasitas produksi dan karyawan yang dipekerjakan sesuai dengan masing – masing tugas. Sumber daya manusia yang kualitas akan menghasilkan produk yang berkualitas. Karyawan merupakan asset utama perusahaan karena karyawan berperan penting dalam proses produksi.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada UKM Ambudi Makmur II, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu :

1. Inovasi yang dilakukan oleh UKM Ambudi Makmur II yang dibuat memiliki rasa yang manis, legit, segar, kenyal dan memiliki 9 macam jenis olahan diantaranya adalah kurma salak, kismis salak, coklat salak, sirup salak, dodol salak, kopi biji

salak, selai salak, manisan salak, dan aneka minuman daun salak.

2. Hasil analisis faktor eksternal UKM Ambudi Makmur II yaitu faktor yang merupakan peluang terbesar dan sangat berpengaruh pada UKM Ambudi Makmur II adalah pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bangkalan meningkat sehingga konsumsi pada industri pangan juga meningkat. Hal ini merupakan peluang besar bagi UKM Ambudi Makmur II. Dan faktor yang menjadi ancaman utama dapat dihindari yaitu hambatan masuk *retailer* karena kualitas produk UKM Ambudi Makmur II aman, bersih, dan rapi.
3. Hasil analisis faktor internal UKM Ambudi Makmur II yaitu faktor yang menjadi kekuatan pada pihak internal yaitu lokasi perusahaan yang mudah ditemukan apalagi pada saat ini bisa di akses melalui *google maps*. Serta faktor yang menjadi kelemahan yaitu kurangnya peralatan modern untuk proses produksi.
4. Hasil matriks IE (internal – eksternal) menjelaskan bahwa posisi UKM Ambudi Makmur II berada di sel IV. Strategi yang baik digunakan oleh UKM Ambudi Makmur II ini adalah pertahankan dan pemeliharaan, strategi penetrasi pasar, dan pengembangan produk.
5. Berdasarkan analisis SWOT dapat hasilkan enam strategi baru yang diharapkan dapat

membantu perkembangan usaha olahan salak di UKM Ambudi Makmur II

Saran

Berdasarkan kondisi di UKM Ambudi Makmur II pada saat ini, berikut beberapa saran untuk pengembangan usaha dan dapat dipertimbangkan:

1. UKM Ambudi Makmur II diharapkan membuka outlet sendiri di tengah kota agar konsumen lebih mengenal UKM Ambudi Makmur II
2. UKM Ambudi Makmur II disarankan untuk menjaga kualitas produk agar pelanggan tetap menunjukkan loyalitasnya kepada UKM Ambudi Makmur II ini.
3. UKM Ambudi Makmur disarankan untuk melakukan studi banding pada usaha yang sudah menggunakan alat modern tepat guna.
4. UKM Ambudi Makmur disarankan untuk menggunakan alat yang sudah modern untuk meningkatkan hasil produksi lebih banyak lagi dan menambah karyawannya sehingga dapat memperluas pangsa pasar.
5. UKM Ambudi Makmur II disarankan untuk menggunakan media *online* seperti facebook, e-commers (bukalapak, tokopedia, blibli.com), dan instagram agar mempermudah konsumen di luar Kabupaten Bangkalan untuk membeli produk olahan salak.
6. UKM Ambudi Makmur II disarankan untuk menambah produk olahan salak berupa permen untuk menambah segmentasi pasar pada anak-anak
7. UKM Ambudi Makmur II disarankan untuk melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan masyarakat.
8. UKM Ambudi Makmur II disarankan untuk membuat struktur organisasi sesuai dengan yang dibutuhkan oleh UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni. Feni Dwi, Hardjanto. Imam, Hayat Ainul, *Jurnal Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal*, Vol. 1, No. 6, Malang, 2013.
- Azria. Akhmad Taufiq Rahman, *Skripsi Analisis Strategi Perusahaan Dalam Memasuki Pasar Luar Negeri*, Medan, 2018
- Baadilla. Nanda Rizky, *Skripsi Analisis SWOT Sebagai Alat Bantu Dalam Menetapkan Strategi Pemasaran UD. Rizky Barokah Surabaya*, Surabaya, 2014.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan
- David FR. 2006. *Manajemen Strategis*. Sulistio P dan Mahardika H, penerjemah; Rahoyo S, editor; Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan dari: *Strategic Management "Concepts and Cases, 10th ed"*.
- David FR. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12. Dono S, penerjemah; Jakarta: Salemba Empat. Terjemahan dari: *Strategic Manajement*.
- David FR. 2017. *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 15. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Bangkalan
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan
- Irawan,. Wijaya. Faried, Sudjoni. M.N, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, Edisi 2, Penerbit BPFE-Yogyakarta 1996.
- Jannah. Mukhlisotul, *Jurnal, Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif*.
- Kompasmania.com diakses pada tanggal 26 Oktober 2018 Peran UMKM Penggerak UMKM
- Materi Sosiologi XII SMA Kearifan Lokal dan Pemberdayaan Komunitas
- Muchlas. Zainul, *Jurnal, Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri di Kota Batu, Batu*, 2015.

PNPM Bangkalan diakses pada tanggal 6 November 2018 Kelompok Tani UKM Ambudi Makmur II

Septianto. Wahyu Tri, *Skripsi, Analisis Strategi Pengembangan Usaha Lapis Bogor Sangkuriang Kota Bogor Jawa Barat*, Bogor, 2013.

Sunyoto. Danang, *Manajemen Pemasaran (pendekatan konsep, kasus, dan psikologi bisnis)*, Penerbit CAPS, Yogyakarta, 2013.

UKM Ambudi Makmur II

Yusuf. Muhammad, *Jurnal, Strategi Inovasi, Pengembangan Produk dan Orientasi Pasar Pada Industri Perikanan: Sebuah Road Map dan Design Penelitian*, Semarang,