

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH SEKTOR INDUSTRI JENANG KRASIKAN MENGGUNAKAN  
METODE (SWOT)  
(STUDI KASUS DI SENTRA INDUSTRI JENANG DESA TANGKISAN)**

**<sup>1</sup>Risma Filiagita Prastiwi, <sup>2</sup>Ainur Komariah\*, <sup>3</sup>Rahmatul Ahya, <sup>4</sup> Sutarmo**  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Industri, Univet Bantara Sukoharjo  
<sup>2</sup>Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo  
e-mail : <sup>1</sup>[rismagita24@gmail.com](mailto:rismagita24@gmail.com), <sup>2</sup>[ainurkomariah.ak@gmail.com](mailto:ainurkomariah.ak@gmail.com)\*,  
<sup>3</sup>[Rahmatulahya70@gmail.com](mailto:Rahmatulahya70@gmail.com), <sup>4</sup>[sutarmo.siak@gmail.com](mailto:sutarmo.siak@gmail.com)  
(\*corresponding author)

**ABSTRACT**

*The period of the Corona Virus Disease (COVID-19) pandemic that occurred around the world caused the economy to experience a very drastic decline. This also has an impact on the MSME sector. Tangkisan Village is one of the MSME centers in Sukoharjo, one of which is the jenangkrasikan industrial center which is also affected by the corona virus. Therefore the need for a marketing strategy so that the results of the Jenang Krasikan UMKM continue to be marketed. This research aims to determine the development strategy at the JenangKrasikan industrial center in Tangkisan Village, Kab. Sukoharjo. The method used in this research is by using the SWOT method. The results showed that the development strategy that can be carried out by the owner of UMKM Jenangkrasikan in Tangkisan Village, Sukoharjo Regency, namely by making product innovation. These innovations include the provision of flavors such as strawberries, orange, durian and mango flavors to the crested jenang and renewal of packaging such as packaging using cardboard boxes "in order to obtain attractive packaging results. Another strategy is to market products through social media which are expected to expand the market and the products are better known among the public.*

*Keywords: Development Strategy, UKM JenangKrasikan, SWOT.*

**ABSTRAK**

*Masa pandemi Corona Virus Disease (COVID-19) yang terjadi di seluruh dunia menyebabkan perekonomian mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal ini juga berdampak pada sector UMKM. Desa Tangkisan merupakan salah satu sentra UMKM di Sukoharjo, salah satunya yaitu sentra industri jenang krasikan yang juga terdampak virus corona. Maka dari itu perlunya strategi pemasaran agar hasil dari UMKM Jenang krasikan terus dapat dipasarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pada sentra industri jenang krasikan di Desa Tangkisan Kab. Sukoharjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh pemilik UMKM Jenang krasikan di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo yaitu dengan melakukan inovasi produk. Inovasi tersebut meliputi pemberian varian rasa, pembaharuan kemasan, dan pemasaran melalui social media, sehingga dapat memperluas pangsa pasar dan produk lebih dikenal dikalangan masyarakat.*

*Kata kunci : Strategi Pengembangan, UKM Jenang Krasikan, SWOT.*

**PENDAHULUAN**

Industri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) merupakan prioritas utama yang dilakukandalam mempercepat pembangunan perekonomian di Indonesia. Berdasarkan catatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) tahun 2017, UMKM telah menghasilkan kurang lebih Rp. 5.000 triliun per tahun. Apabila dihitung per unit usaha, UMKM dapat

memperoleh Rp. 76 juta per tahun. Apabila dikonversi dalam pendapatan harian, maka dalam satu hari dapat memperoleh Rp. 253.000 per hari. Dengan melihat bahwa peran UMKM sedemikian besar, maka pemerintah terus membantu unit-unit UMKM untuk mempercepat laju mereka dalam mengembangkan usaha. Dukungan yang diberikan oleh pemerintah adalah berupa regulasi/peraturan, keringanan dalam hal perpajakan, kemudahan perizinan, perluasan jangkauan pasar, dan bantuan pendanaan berbunga ringan (Hidayah, 2018),

Kabupaten Sukoharjo memiliki banyak sekali UMKM. *Database* Kabupaten Sukoharjo tahun 2019 mencatat 1.344 jumlah UMKM yang berada di Kabupaten Sukoharjo berikut data UMKM yang saya sajikan dalam Tabel.

Tabel 1. *Database* UMKM 2019 di Kab. Sukoharjo

No.	Bidang UMKM	Jumlah UMKM di Kab. Sukoharjo
1	Industri	330
2	Perdagangan	662
3	Pertanian	58
4	Peternakan	60
5	Perikanan	26
6	Jasa	208
<b>Jumlah</b>		<b>1344</b>

Berdasarkan Tabel 1, penulis mengambil salah satu dari bidang perdagangan yang terletak di Desa Tangkisan adalah salah satu wilayah di Kabupaten Sukoharjo yang memiliki beraneka macam industri, salah satunya yaitu sentra industri di Desa Tangkisan. Meski terbilang desa kecil namun, didalamnya terdapat banyak sekali potensi yg bisa digali dan dikembangkan dari desa tersebut. Penduduk di desa ini mayoritas bermatapencarian di bidang industri perdagangan sehingga tidak heran apabila di desa tersebut banyak sekali industri yang di jumpai seperti industri Batik, Kerupuk, dan makanan yang menjadi oleh-oleh khas desa ini yaitu jenang krasikan yang di kemas menggunakan plastik kecil-kecil.

Daerah Tangkisan adalah salah satu sentra UMKM di Sukoharjo. Salah satunya yaitu sentra industri jenang krasikan. Industri jenang krasikan di desa tangkisan sebanyak 15 UMKM. Proses pembuatan jenang krasikan sendiri masih menggunakan cara manual. Namun produksi jenang saat ini mengalami penurunan karena meluasnya wabah *COVID-19* yang menyebabkan pendapatan penjual jenang krasikan menurun.

Masa pandemi *Corona Virus Disease (COVID-19)* yang terjadi di seluruh dunia menyebabkan perekonomian mengalami penurunan yang sangat drastis. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi di triwulan II tahun 2020 adalah sebesar -5,32%, sedangkan di triwulan III adalah -3,49% (Kemenkeu, 2020) Hal ini cukup mengkhawatirkan, mengingat pada tahun sebelumnya, pertumbuhan ekonomi selalu bernilai positif .

Pemerintah tetap berupaya untuk menggerakkan perekonomian dimasa pandemi di antaranya dengan pemberian pinjaman modal secara virtual di era *new normal*. Sebagai contoh, salah satu bank BUMN, yaitu BRI meluncurkan program pinjaman online dengan batas pinjaman hingga Rp 20 juta (tenor 12 bulan) Pengurusan pinjamannya pun cukup mudah, yaitu secara online dan membutuhkan waktu hanya sekitar 12 menit (Rahadian, 2020).

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu dilakukan strategi pengembangan demi meningkatkan perekonomian di sentra industri. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk melakukan strategi pengembangan. (Agus Paryanto, Istiko Agus Wicaksono, 2020), meneliti tentang strategi pengembangan industri rumah tangga. Jenis usaha yang diteliti adalah usaha gula kelapa yang berlokasi di Desa Sumber Agung Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo. Metode yang digunakan adalah metode SWOT. Dalam penelitian ini ditemukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat dalam industri gula kelapa.

Dengan metode SWOT dan AHP, (Hendry Janitra Utama, 2020) meneliti strategi pemasaran UKM Batik Jawa Anggun Pekalongan. Penelitian ini menghasilkan strategi yang tepat untuk Batik Jawa Anggun adalah dengan meningkatkan kualitas dan motif baru. Metode SWOT juga digunakan oleh Nurhayati (2018) untuk meneliti perencanaan strategi pengembangan industri gitar. Dalam penelitian ini Nurhayati (2018) juga mengadopsi metode *QSP*. Berdasarkan analisisnya, Nurhayati (2018) merumuskan strategi pemberian pendampingan (pemberian motivasi) tentang pentingnya manajemen bisnis dan pemanfaatan teknologi tepat guna untuk pelaku industri gitar. Proses pengelolaan bisnis dengan pendampingan dibarengi dengan penerapan teknologi akan memperbaiki rencana jangka panjang sentra industri gitar. Hal ini sekaligus bertujuan agar *mindset* pengrajin dalam menjalankan usaha dapat berubah ke arah yang lebih baik. Contoh kegiatan yang dapat dilakukan untuk mencapai strategi ini adalah dengan mengadakan kegiatan diskusi mingguan, kegiatan seminar, atau kegiatan workshop.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Industri Jenang Krasikan Menggunakan Metode (SWOT) (Studi Kasus di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo)**”.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek Penelitian ini adalah strategi pengembangan sentra industri yang berlokasi di Desa Tangkisan, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo. Pencarian data-data dilakukan langsung ke lokasi sentra industri pembuatan jenang, agar data yang diperoleh dari penelitian ini terbukti kebenarannya.

### **Bahan dan Alat**

Bahan dan alat yang digunakan dalam penelitian disentra industri jenang adalah :

1. Lembar Kuesioner
2. *Software Microsoft Excel 2010*

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Mengamati dan wawancara langsung dengan obyek penelitian yaitu sentra industri jenang di Tangkisan guna mendapatkan data dan informasi mengenai matriks EFAS dan IFAS yang diperlukan untuk menyusun SWOT.

2. Kuesioner Pengumpulan data dengan dengan cara sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari produsen, distributor dan yang mengetahui tentang jenang.

### **Pengolahan Data**

Pengolahan data menggunakan metode pendekatan *SWOT* yang digunakan untuk menganalisis keadaan pada obyek penelitian.

## **HASIL DAN PEMBASTIHAN**

### **Profil Industri Sentra Jenang Krasikan**

Desa Tangkisan adalah suatu daerah yang memiliki beberapa jenis industri, salah satunya yaitu sentra industri jenang krasikan yang berjumlah sebanyak 15 unit usaha. Meski terbilang desa kecil namun, terdapat banyak sekali potensi yg bisa digali dan dikembangkan dari desa tersebut. Penduduk di desa ini mayoritas bermata pencaharian dibidang industri perdagangan sehingga tidak heran apabila di desa tersebut banyak sekali industri yang dijumpai seperti industri batik, kerupuk, dan makanan yang menjadi oleh-oleh khas desa ini yaitu jenang krasikan yang dikemas menggunakan plastik kecil-kecil.

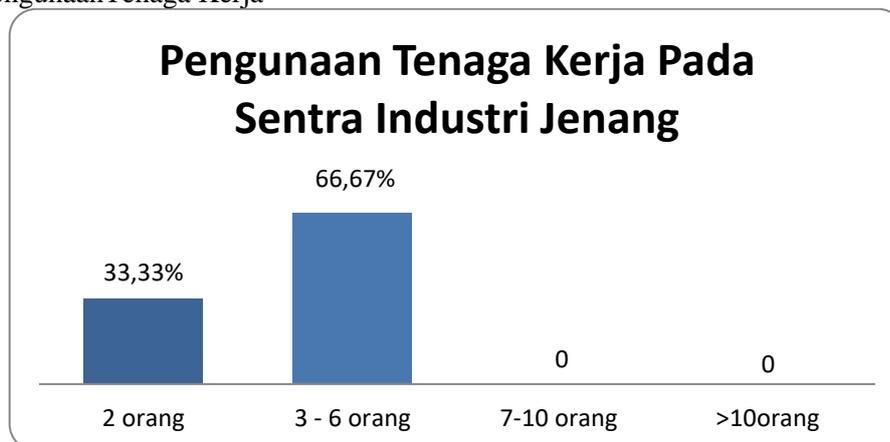
Jenang krasikan merupakan salah satu produk unggulan dari sentra industri yang ada di desa tangkisan. Bahan pembuatan jenang krasikan meliputi gula jawa, beras ketan dan kelapa. Perbandingan dari ketiga bahan baku tersebut yaitu 5:3:2. Berdasarkan bahan baku tersebut dalam membuat jenang krasikan membutuhkan gula jawa lebih banyak. Sumber bahan baku yang biasa di gunakan untuk pembuatan jenang krasikan didapat dari daerah sekitar dan di pasar Sukoharjo.

Peralatan dalam pembuatan jenang krasikan kebanyakan masih menggunakan peralatan tradisional, tetapi terdapat peralatan modern seperti pamarut kelapa dan mesin penggiling beras menjadi tepung. Sedangkan peralatan yang lainnya masih tergolong masih tradisional yaitu wajan tembaga, pengaduk, tungku masak, penggorengan, baskom, gunting, timbangan dan streples.

Jenang krasikan adalah salah satu makanan khas sukoharjo yang dikemas menggunakan plastik kecil-kecil. Pemasaran jenang krasikan sendiri dengan cara menitipkan jenang krasikan tersebut di toko oleh-oleh, agen (pedagang tengkulak), pedagang di pasar tradisional. Pemasaran jenang krasikan di Kabupaten Sukoharjo di pasarkan didalam wilayah Kabupaten Sukoharjo meliputi Pasar Watukelir, Pasar Weru, Pasar Tawang Sari, Pasar Cuplik, Pasar Bulu, Pasar Nguter, Pasar Polokarto dan juga disekitar Kabupaten Sukoharjo, seperti Kabupaten Klaten yang meliputi Pasar Cawas, Pasar Pedan, Pasar Bayat, Pasar Trucuk, dan Pasar Ceper. Sragen meliputi Pasar Masaran dan Pasar Wonogiri meliputi Pasar Ngadirojo, Pasar Eromoko, Pasar Praci, Pasar Wuryantoro, Pasar Manyaran, Pasar Wonogiri Kota.

### Deskripsi UMKM di Sentra Industri Jenang Krasikan

#### a. Penggunaan Tenaga Kerja

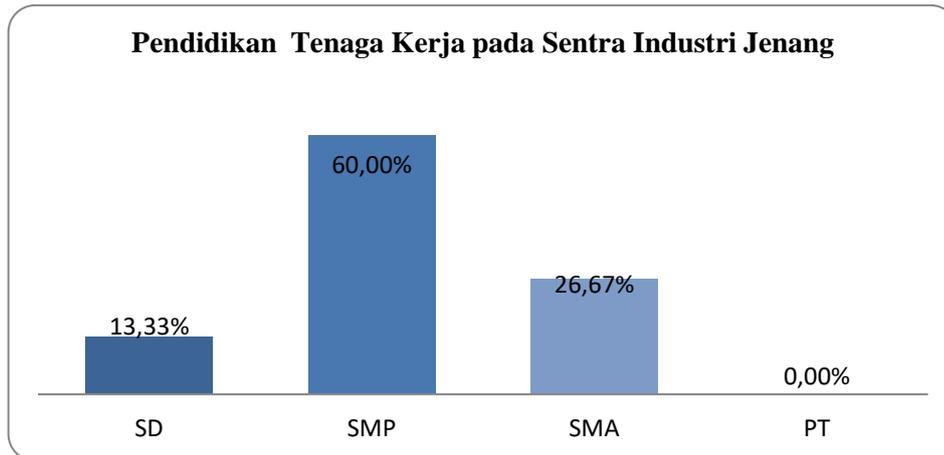


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 1. Penggunaan Tenaga Kerja Pada Sentra Industri

Dalam Penggunaan tenaga kerja Sentra Industri mempertimbangkan jumlah tenaga yang di kerjakan dengan biaya. Dari Gambar 1 diketahui bahwa jumlah tenaga kerja yang banyak digunakan pada sentra industri jenang krasikan di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo sebanyak 2 orang tenaga kerja yaitu sebanyak 33,4% sentra industri, penggunaan tenaga kerja sebanyak 3-6 orang tenaga kerja yaitu 66,7% sentra industri yang menggunakannya.

#### b. Pendidikan Tenaga Kerja



Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 2. Gambar Pendidikan Tenaga Kerja pada Sentra Industri

Dari Gambar 2. Dapat dilihat pada tahun 2020 jumlah tenaga kerja pada sentra industri jenang di Desa Tangkisan Kabupaten ada sebanyak 15 sentra industri rata-rata pendidikan tenaga kerja pada sentra industri jenang yaitu sebesar 26,7% berpendidikan SLTA, sebesar 60,0% berpendidikan SLTP, sebesar 13,4% berpendidikan SD.

c. Penggunaan Jenis Mesin/Teknologi

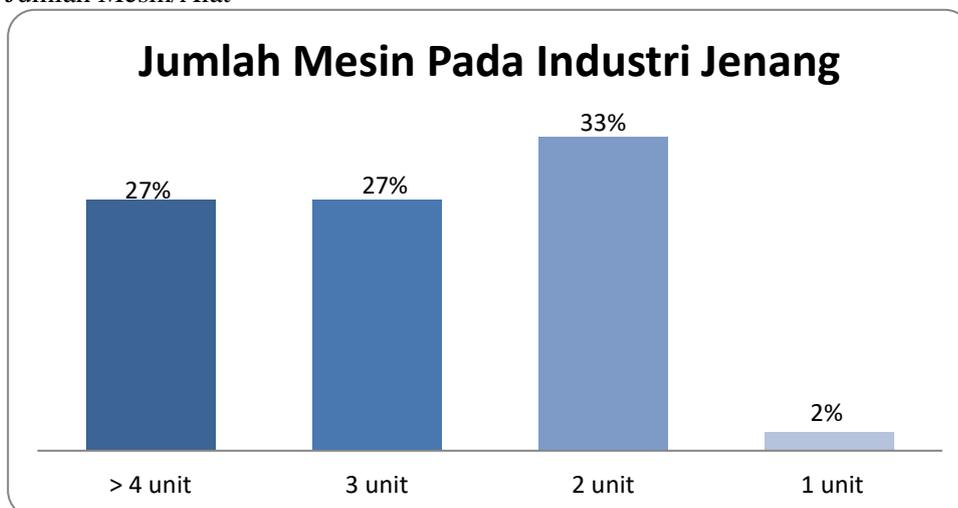


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 3 Jenis Mesin/Teknologi pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan teknologi modern sebanyak 80%. Teknologi tepat guna sebanyak 6,67% dan terakhir sebanyak 13,33% responden menggunakan jenis teknologi tradisional.

d. Jumlah Mesin/Alat

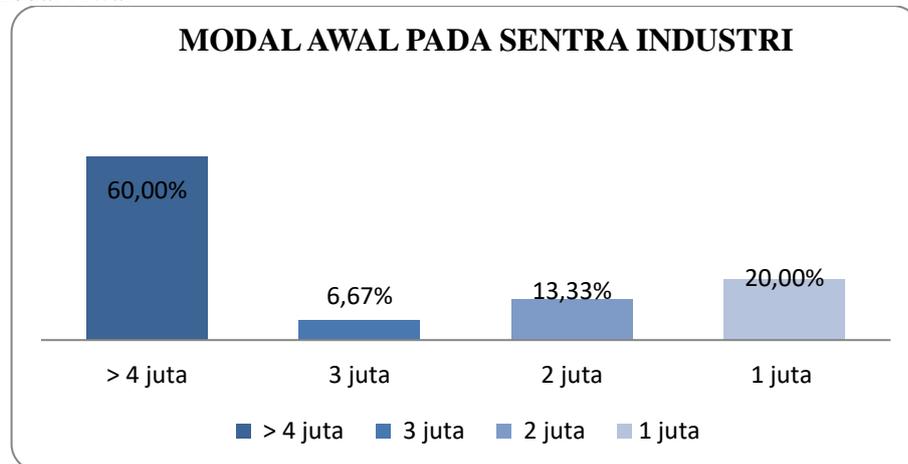


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 4. Jumlah Mesin/Teknologi pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 4 dapat dilihat bahwa responden mempunyai jumlah mesin/alat sebanyak >4 unit sebanyak 4 responden. Memiliki mesin/alat sebanyak 3 unit 4 responden. 5 responden memiliki mesin/alat sebanyak 2 unit dan terakhir 2 responden memiliki mesin/alat sebanyak 1 unit.

e. Modal Awal

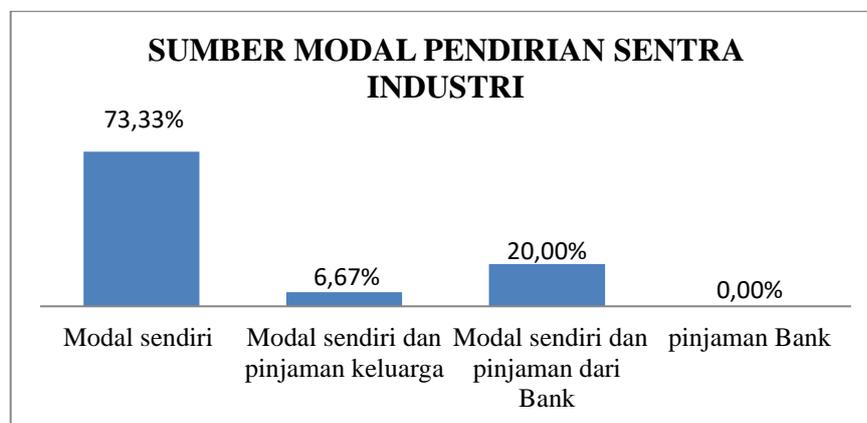


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 5. Modal Awal pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 5, diketahui bahwa 60% responden menggunakan modal awal sebesar > 4 juta. Sebanyak 1 responden menggunakan modal awal sebesar 6,67%. 2 responden menggunakan modal awal sebesar 13,3%, dan terakhir sebanyak 3 responden menggunakan modal awal 20%.

f. Bantuan Modal

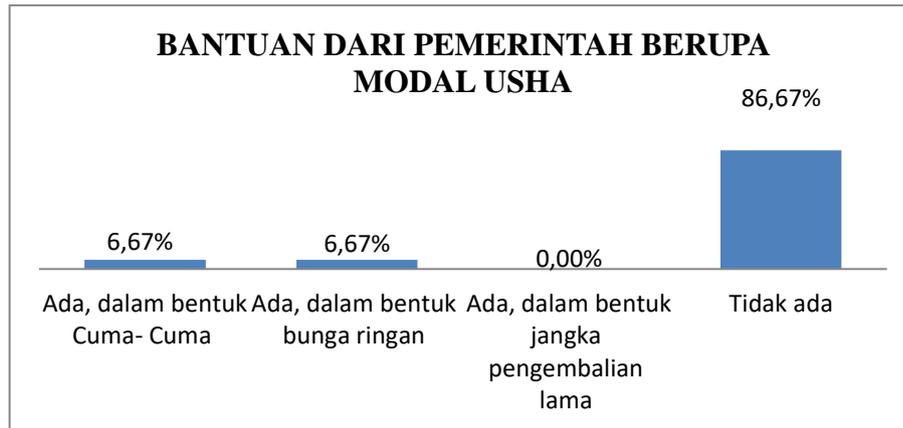


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 6. Sumber Modal pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 6 dapat dilihat bahwa sumber modal pada sentra industri jenang di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo yang berasal dari modal sendiri sebanyak 73,4%, modal dari sendiri dan juga pinjaman dari keluarga sebanyak 6,67%, modal sendiri dan juga pinjaman dari bank sebanyak 20%.

g. Bantuan Modal dari Pemerintah

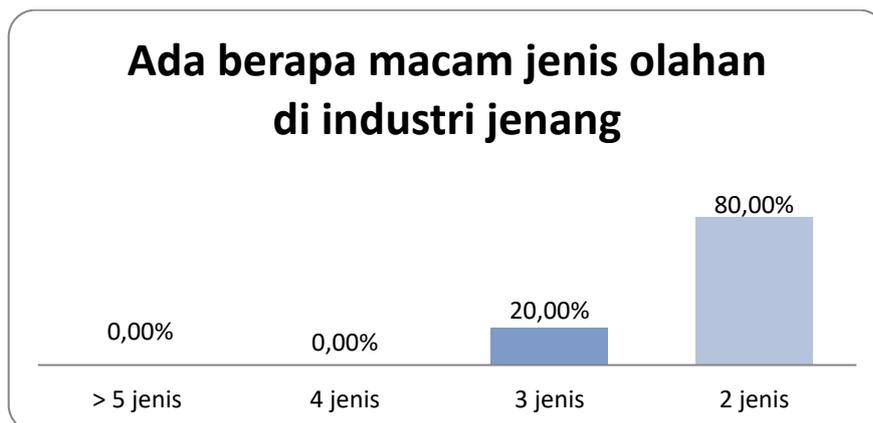


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 7. Bantuan Modal pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 7, dapat disimpulkan bahwa di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo sebanyak 13 responden 86,67% mengatakan tidak ada bantuan dari pemerintah. Responden yang mendapat bantuan dalam bentuk Cuma-Cuma sebanyak 1 responden 6,67%, sedangkan yang mendapatkan bantuan dalam bentuk bunga ringan sebanyak 1 responden 6,67%.

h. Jenis Olahan Jenang

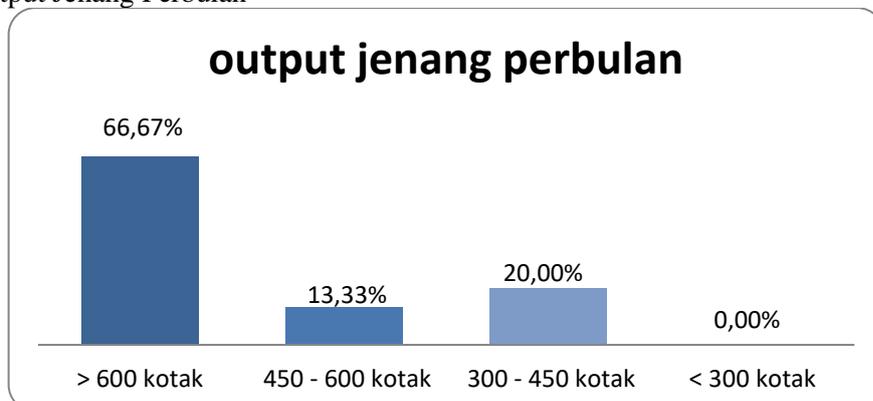


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 8. Jenis Olahan Jenang pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 8, bahwa yang memproduksi olahan jenang lebih dari 3 jenis sebanyak 20% responden, sedangkan yang memproduksi jenang 2 jenis sebanyak 80% responden.

i. Output Jenang Perbulan

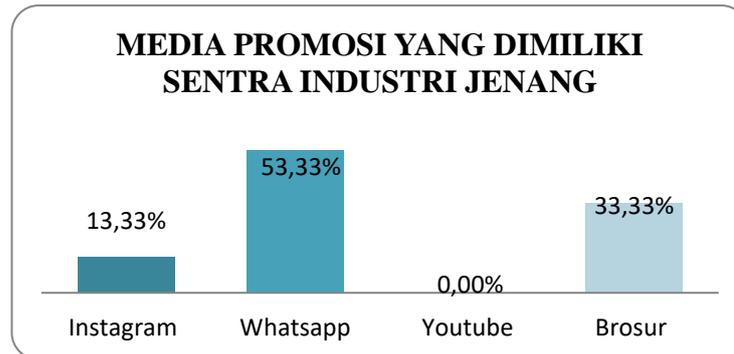


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 9. Output Jenang Perbulan pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 9, dapat disimpulkan bahwa terjualnya produk jenang di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo sebanyak 10 responden bisa memasarkan lebih dari 600 kotak, sedangkan sebanyak 2 responden memasarkan perbulanya sebanyak 450-600 kotak. Adapun 3 responden memasarkan tiap bulanya sebanyak 300-400 kotak. Output dari jenang ini melihat kondisi pasar yang mengalami pasang surut tetapi pembuat jenang berupaya menitipkan produk-produknya ke penjual oleh-oleh atau di ambil oleh agen/reseller

j. Media Promosi yang dimiliki



Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 10. Media Promosi yang dimiliki pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 10, dapat disimpulkan yang memiliki media sosial untuk promosi di sentra Industri Jenang ada sebanyak 13,33% responden yang menggunakan instagram, sedangkan sebanyak 53,33% responden menggunakan whatsapp. Adapun sebanyak 33,33% responden menggunakan brosur.

k. Pengaruh Penjualan dengan Iklan/promosi

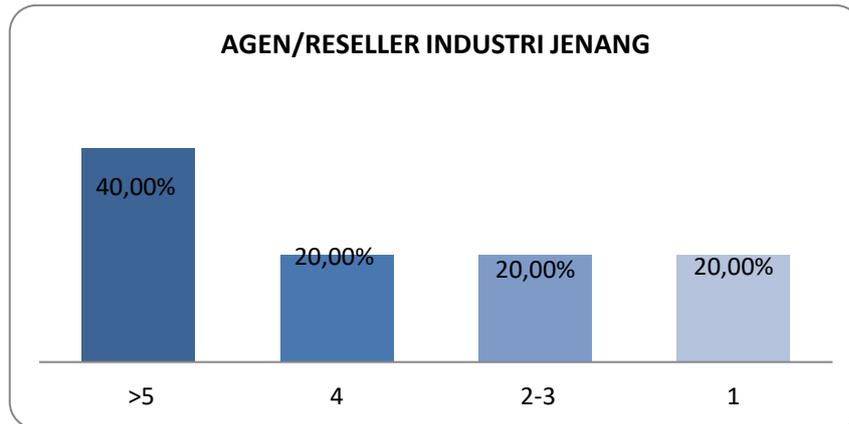


Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 11. Pengaruh Penjualan Dengan Iklan/Promosi pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 11, dapat disimpulkan bahwa pengaruh penjualan lewat iklan/promosi yang sangat berpengaruh sebanyak 46,67% responden, sedangkan yang berpengaruh sebanyak 33,33% responden dan yang kurang berpengaruh sebanyak 6,67% responden. Adapun yang tidak berpengaruh sama sekali sebanyak 13,33% responden.

l. Memiliki Agen/Reseller



Sumber = Data primer diolah (tahun 2020)

Gambar 12 Agen/Reseller pada Sentra Industri

Berdasarkan Gambar 12 dapat disimpulkan pengusaha yang memiliki agen/resseler lebih dari 5 sebanyak 40% responden, sedangkan yang memiliki 4 agen/reseller sebanyak 20% responden dan yang memiliki 2-3 agen/resseler sebanyak 20% responden. Adapun yang memiliki 1 agen/reseller sebanyak 20% responden.

### Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Pengembangan Sentra Industri Jenang Krasikan di Dusun Tangkisan Kabupaten Sukoharjo.

Hasil pembobotan pada tabel 4.5 dan 4.6 diperoleh menggunakan metode AHP.

a. Aspek internal

Tabel 1. Faktor-faktor strategi internal

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor
<b>KEKUATAN :</b>			
1. Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,26	3	0,78
2. Bahan baku mudah di dapat	0,15	1	0,15
3. Mempunyai pemasaran yang tepat	0,06	2	0,13
4. Proses pembuatan menggunakan alat modern	0,03	2	0,06
<b>KELEMAHAN :</b>			
1. Packing Kurang Menarik	0,28	4	1,12
2. Hanya memiliki 1 varian rasa	0,13	3	0,39
3. Promosi produk kurang	0,06	2	0,12
4. Kemudahan informasi	0,03	1	0,03
	<b>1,00</b>		<b>2,78</b>

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa perankingan faktor internal menghasilkan skor tertinggi pada aspek kekuatan UMKM Jenang krasikan yaitu modal awal pendirian usaha termasuk ringan dengan skor sebesar 0,78. faktor tersebut menjadi kekuatan bagi UMKM Jenang krasikan untuk keberlangsungan usaha dan juga pengembangan usaha dimasa mendatang. Sedangkan skor terendah pada aspek kelemahan UMKM Jenang krasikan, yaitu kemudahan informasi dengan skor sebesar 0,03. Faktor tersebut menjadi kendala bagi UMKM Jenang krasikan dalam mengembangkan usahanya di karenakan pihak UMKM belum memanfaatkan secara penuh dengan kata lain belum mengakses produknya melalui media sosial sehingga belum banyak diketahui oleh masyarakat umum.

b. Aspek eksternal

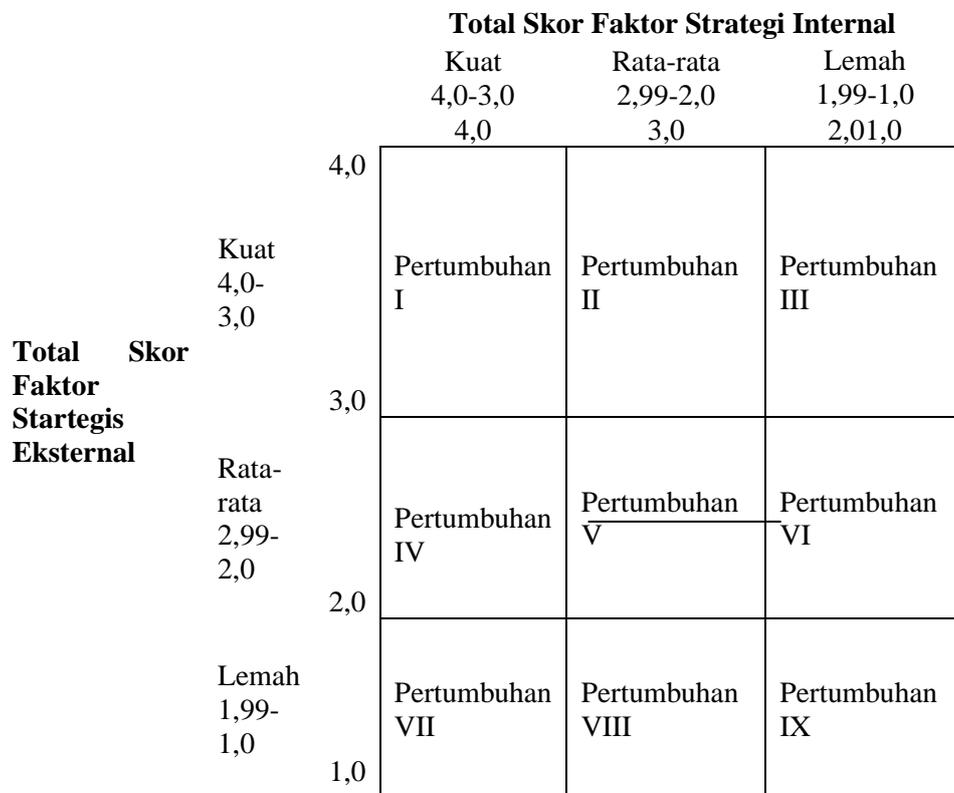
Tabel 2. Faktor-faktor strategi eksternal

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>PELUANG :</b>			
1. Tingkat peminat konsumen tinggi	0,36	1	0,36
2. Merupakan salah satu oleh-oleh khas sukoharjo	0,10	2	0,21
3. Banyaknya pendatang	0,03	3	0,08
4. Bisa di jangkau semua kalangan	0,01	2	0,02
5. Banyaknya event acara	0,00	2	0,01
6. Produk menarik	0,00	3	0,00
7. Desain kemasan yang berbeda pada umumnya	0,00	4	0,00
<b>ANCAMAN :</b>			
1. Harga bahan baku yang tidak stabil	0,29	2	0,59
2. Sengitnya persaingan harga	0,14	4	0,55
3. Adanya pesaing dari produk lain	0,03	4	0,14
4. Banyaknya jenis usaha yang sama	0,03	3	0,10
	<b>1,00</b>		<b>2,05</b>

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa faktor eksternal yang menghasilkan skor tertinggi pada aspek peluang UMKM Jenang krasikan yaitu, tingkat peminat konsumen tinggi dengan skor sebesar 0,36 . Sedangkan skor terendah aspek ancaman untuk UMKM Jenang Krasikan dengan skor sebesar 0,1, yaitu banyaknya jenis usaha yang sama.

c. Internal-eksternal matrik

Sesuai total skor yang diperoleh, yaitu faktor strategis Internal 2,78 dan faktor strategis eksternal 2,05. Hal ini menunjukkan bahwa titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V yang berarti strategi pemecahan masalah harus melalui intergrasi horizontal. Matrik Internal-Eksternal dapat dilihat pada Gambar 13.



Gambar 13. Matrik internal-eksternal

Keterangan :

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal
- III : Strategi turnaround
- IV : Strategi stabilitas
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan).
- VI : Strategi divestasi
- VII : Strategi diversifikasi
- VIII : Strategi diversifikasi konsentrik
- IX : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Berdasarkan matrik pada Gambar 13, menunjukkan bahwa skor yang diperoleh dari faktor strategis Internal 2,78 dan faktor strategis eksternal 2,05 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan UMKM Jenang krasikan di dusun Kenep kabupaten Sukoharjo adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang disebabkan oleh ancaman-ancaman seperti harga bahan baku yang tidak stabil, sengitnya persaingan harga, adanya pesaing dari produk lain, dan banyaknya jenis usaha yang sama. Hal yang dapat dilakukan yaitu melakukan inovasi produk dengan cara memberi varian rasa jenang krasikan dan inovasi kemasan sehingga menarik konsumen, serta melakukan strategi pemasaran melalui sosial media sehingga lebih memperluas pasar dan produk lebih dikenal masyarakat.

d. Analisis matriks SWOT

Tabel 3. Analisis matriks SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Modal awal pendirian usaha termasuk ringan. Bahan baku mudah di dapat. Mempunyai pemasaran yang tepat. Proses pembuatan menggunakan alat modern.	Packaging kurang menarik. Hanya memiliki 1 varian rasa. Promosi produk. Kemudahan informasi.
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
Tingkat peminat konsumen tinggi. Merupakan salah satu oleh-oleh khas sukoharjo. Banyaknya pendatang. Bisa dijangkau semua kalangan.	Pengoptimalan modal. pembuatan produk sehingga mendapatkan hasil maksimal. Lebih memperkenalkan jenang krasikan sebagai oleh-oleh khas desa tangkisan.	Bantuan dalam bentuk perkuatan modal untuk meningkatkan hasil produksi. Mengembangkan wadah kerjasama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar. Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang di lakukan secara berkelanjutan agar usaha berkembang.

TREATH (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
Harga bahan baku yang tidak stabil. Sengitnya persaingan harga. Adanya pesaing dari produk lain. Banyaknya jenis usaha yang sama.	Lebih meningkatkan promosi melalui sosial media agar produk lebih di kenal masyarakat dan menjangkau pasar lebih luas. Mempertahankan cita rasa yang khas dan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk di pasaran.	Menciptakan inovasi varian rasa dan pengemasan produk agar mempunyai daya tarik yang tinggi. Memperluas kerjasama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas .

## Pembahasan

### a. Strategi Pengembangan sentra Industri jenang krasikan di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo

Sesuai analisis matrik eksternal-internal, dihasilkan strategi yang efektif untuk mengembangkan industri jenang krasikan di Desa Tangkisan, Kabupaten Sukoharjo dengan menggunakan strategi konsentrasi integrasi horizontal. Hal tersebut berarti, strategi yang digunakan lebih defensif guna menghindari terjadinya penurunan penjualan dan penurunan profit yang disebabkan adanya berbagai hambatan seperti produk yang cepat kadaluarsa, adanya keterbatasan pengiriman produk, dan tidak adanya kios pribadi. Berdasarkan tersebut, hal yang dapat dilakukan yaitu dengan perluasan pangsa pasar sehingga produk lebih dikenal khalayak umum. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan peningkatan penggunaan teknologi tepat guna saat kegiatan produksi dan menjalin kerjasama anatar industri.

Sesuai analisis matrik *SWOT*, maka dapat dilakukan beberapa strategi pengembangan di sentra industri jenang krasikan Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo antara lain :

- 1) Strategi SO
  - a) Pengoptimalan modal pembuatan produk sehingga mendapatkan hasil maksimal.
  - b) Lebih memperkenalkan jenang krasikan sebagai oleh-oleh khas desa tangkisan.
- 2) Strategi WO
  - a) Bantuan dalam bentuk penguatan modal guna meningkatkan hasil produksi.
  - b) Mengembangkan wadah kerjasama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar.
  - c) Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang di lakukan secara berkelanjutan agar usaha berkembang.
- 3) Strategi ST
  - a) Lebih meningkatkan promosi melalui sosial media agar produk lebih dikenal masyarakat dan melakukan penjangkauan pangsa pasar yang lebih luas.
  - b) Mempertahankan ciri khas dari segi rasa dan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lain di pasaran.
- 4) Strategi WT
  - a) Menciptakan inovasi varian rasa dan pengemasan produk agar mempunyai daya tarik yang tinggi.
  - b) Memperluas kerjasama terhadap pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas .

Berdasarkan pembahasan tentang analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah sektor industri jenang krasikan menggunakan metode (*swot*) di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo, maka diperoleh hasil bahwa strategi pengembangan dapat dilakukan oleh pemilik UMKM Jenang krasikan di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo dengan melakukan inovasi produk. Inovasi tersebut meliputi pemberian varian rasa pada jenang krasikan dan pembaharuan kemasan sehingga didapatkan hasil kemasan

yang menarik konsumen. Strategi lainya yaitu dengan cara memasarkan produk melalui sosial media yang diharapkan dapat memperluas pasar dan produk lebih dikenal dikalangan masyarakat. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Wahyuniarso (2013), mengenai analisis *SWOT* dan dihasilkan strategi yang tepat guna memberdayakan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yaitu dengan cara melakukan perluasan pasar, sehingga barang lebih dikenal dan peningkatan penggunaan teknologi tepat guna. Selain sejalan dengan penelitian yang di lakukan Wahyuniarso (2013), penelitian ini juga sejalan dengan yang di lakukan (Munica et al., 2017) mengenai analisis strategi pengembangan industri jamu tradisional di kabupaten bangkalan. Hal ini terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi yang di rumuskan berada di kuadran 5.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah sector industry jenang krasikan menggunakan metode (*SWOT*) di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo, maka diperoleh hasil bahwa strategi pengembangan dapat dilakukan oleh pemilik UMKM Jenang krasikan di Desa Tangkisan Kabupaten Sukoharjo dengan melakukan inovasi produk. Inovasi tersebut meliputi pemberian varian rasa seperti rasa strawbery, jeruk, durian dan mangga pada jenang krasikan dan pembaharuan kemasan seperti pengemasan menggunakan kardus oleh” sehingga didapka nhasil kemasan yang menarik konsumen. Strategi lainya yaitu dengan cara memasarkan produk melalui sosial media.

### Saran

Saran yang dapat peneliti berikan yaitu :

1. Berdasarkan hasil akhir penelitian ini diharapkan pemilik UMKM menerapkan strategi yang diberikan oleh peneliti agar menjadikan produk lebih di kenal oleh masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas. Hal tersebut diharapkan dapat bersaing dengan industry sejenis dari daerah lain.
2. Penelitian selanjutnya di harapkan melakukan penelitian di daerah yang kurang maju agar usaha yang akan menjadi tempat penelitian tersebut bias lebih maju dan dapat membuka lapangan pekerjaan yang baru bagi warga di daerah tersebut. Selain itu, penelitian selanjutnya di harapkan menggunakan variabel yang berbeda sehingga didapatkan hasil yang lebih optimal.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Paryanto, Istiko Agus Wicaksono, I. W. (2020). *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Di Desa Sumberagung Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo*. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/surya-agritama/article/view/3859>
- Haryanti, Dewi Meisari, Hidayah, I. (2018). *Potret UMKM Indonesia Si Kecil yang Berperan Besar UKM Indonesia*. Ukmindonesia.Id. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Hendry Janitra Hutama, H. S. (2020). *ANALISIS DAN PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BATIK JAWA ANGGUN PEKALONGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP*. 4(2), 3–4. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/8645>
- Munica, R. D., Ulya, M., & Fakhry, M. (2017). *analisisstrategi pengembangan industri jamu tradisional*. 1–2.

- Nurhayati, Y. (2018). PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI GITAR DENGAN PENDEKATAN SWOT DAN QSPM (Studi Kasus : Sentra Industri Gitar di Kecamatan Baki). In *Society*.  
[https://movisa.org.mx/images/NoBS\\_Report.pdf](https://movisa.org.mx/images/NoBS_Report.pdf)
- Rahadian, L. (2020). *BRI Luncurkan Pinjaman Online Dengan Plafon Maksimal Rp 20 Juta*.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20191212/90/1180935/bri-luncurkan-pinjaman-online-dengan-plafon-maksimal-rp20-juta>
- S, W. T. (2013). *STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KERIP IK DI DUSUN KARANGBOLO DESA LEREP KABUPATEN SEMARANG*.  
<https://lib.unnes.ac.id/18188/>
- Agus Paryanto, Istiko Agus Wicaksono, I. W. (2020). *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Gula Kelapa Di Desa Sumberagung Kecamatan Grabag Kabupaten Purworejo*. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/surya-agritama/article/view/3859>
- Haryanti, Dewi Meisari, Hidayah, I. (2018). *Potret UMKM Indonesia Si Kecil yang Berperan Besar UKM Indonesia*. [Ukmindonesia.Id. https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62](https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62)
- Hendry Janitra Hutama, H. S. (2020). *ANALISIS DAN PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BATIK JAWA ANGGUN PEKALONGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP*. 4(2), 3–4.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/8645>
- Kemenkeu. (2020). *Triwulan III 2020, Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tunjukkan perbaikan signifikan*. [https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-triwulan-iii-2020-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tunjukkan-perbaikan-signifikan/#:~:text=“Pada triwulan III 2020%2C perekonomian,%2C32%25 \(YoY\).&text=Angka pertumbuhan 9%2C8%25 dari,17%25%2C”](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menkeu-triwulan-iii-2020-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tunjukkan-perbaikan-signifikan/#:~:text=“Pada%20triwulan%20III%202020%2C%20perekonomian,%2032%25%20(YoY).&text=Angka%20pertumbuhan%209%2C8%25%20dari%2017%25%2C”) paper Menkeu.
- Munica, R. D., Ulya, M., & Fakhry, M. (2017). *analisisstrategi pengembangan industri jamu tradisional*. 1–2.
- Nurhayati, Y. (2018). PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI GITAR DENGAN PENDEKATAN SWOT DAN QSPM (Studi Kasus : Sentra Industri Gitar di Kecamatan Baki). In *Society*.  
[https://movisa.org.mx/images/NoBS\\_Report.pdf](https://movisa.org.mx/images/NoBS_Report.pdf)
- Rahadian, L. (2020). *BRI Luncurkan Pinjaman Online Dengan Plafon Maksimal Rp 20 Juta*.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20191212/90/1180935/bri-luncurkan-pinjaman-online-dengan-plafon-maksimal-rp20-juta>
- S, W. T. (2013). *STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KERIP IK DI DUSUN KARANGBOLO DESA LEREP KABUPATEN SEMARANG*.  
<https://lib.unnes.ac.id/18188/>