

STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PRODUK GULA AREN DESA HARIANG KECAMATAN SOBANG KABUPATEN LEBAK BANTEN

Didi Supriadi¹, Khaerul Saleh², Setiawan Sariyoga²

^{1,2,3}Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Jl. Raya Palka KM. 3 Sindangsari, Pabuaran, Kab. Serang Provinsi Banten

Email: didisupriadi@gmail.com, khaerul1963@untirta.ac.id, Setiawan@untirta.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dampak Covid-19 terhadap pendapatan UKM (Usaha Kecil Menengah) gula aren Mitra Mandala di Desa Hariang Kecamatan Sobang Kabupaten Lebak Banten dan merancang strategi pemasaran UKM Mitra Mandala di menghadapi pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel sebanyak 6 responden menggunakan teknik wawancara dengan kriteria penelitian. Metode penelitian ini menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, dan Matriks Swot. Hasil analisis menunjukkan bahwa matriks IFE pada UKM Mitra Mandala memiliki skor total 3,151. Sedangkan matriks EFE diperoleh skor total 2,681. Hasil matriks I-E menunjukkan bahwa posisi UKM Mitra Mandala berada pada sel IV yaitu dalam kondisi tumbuh dan berkembang. Hasil analisis matrik SWOT diperoleh sembilan strategi, yaitu: 1) Memberikan diskon/diskon harga 2) Membuat website untuk menjual gula aren di pasar internasional, 3) Mengembangkan sistem penjualan online untuk mengembangkan pasar, 4) Mengembangkan gula teknologi produksi sawit dan pengelolaan Aren, 5) Melakukan pelatihan bagi karyawan UMKM Mitra Mandala, 6) Mencari pembeli produk Aren di luar Indonesia, 7) Mengidentifikasi produk Aren yang masuk ke Mitra Mandala, 8) Menjalin hubungan kemitraan dengan petani Aren, dan 9) mengembangkan sistem gudang penyimpanan produk gula aren.

Kata kunci: Covid-19, UKM Mitra Mandala, Strategi Pengembangan

ABSTRACT

The purpose of the study is to determine the impact of Covid-19 on the income of SME (Small Midsize Enterprise) Mitra Mandala palm sugar in Hariang Village, Sobang District, Lebak Regency, Banten and to design a marketing strategy for Mitra Mandala SME in dealing with the Covid-19 pandemic. The type of research use is descriptive qualitative research and descriptive quantitative. Types and sources of data using primary data and secondary data. The sampling technique of 6 respondents use interview techniques with research criteria. This research method uses IFE Matrix, EFE Matrix, and Swot Matrix. The analysis results showed that the IFE matrix at Mitra Mandala SME has a total score of 3,151. While the EFE matrix obtained a total score of 2,681. The results of the I-E matrix show that the position of Mitra Mandala SMEs is in cell IV which is in a grow and build condition. The results of the SWOT matrix analysis obtained nine strategies, namely: 1) Providing price discounts/discounts 2) Creating a website to sell sugar palm in the international market, 3) Developing an online sales system to develop the market, 4) Developing sugar palm production technology and sugar palm management, 5) Conducting training for MSME employees of Mitra Mandala, 6) Looking for buyers of sugar palm products outside Indonesia, 7) Identifying sugar palm products entering Mitra Mandala, 8) establishing partner relationships with sugar palm farmers, and 9) developing a warehouse system for storing sugar palm products.

Keywords: Covid-19, SME Mitra Mandala, Development Strategy

PENDAHULUAN

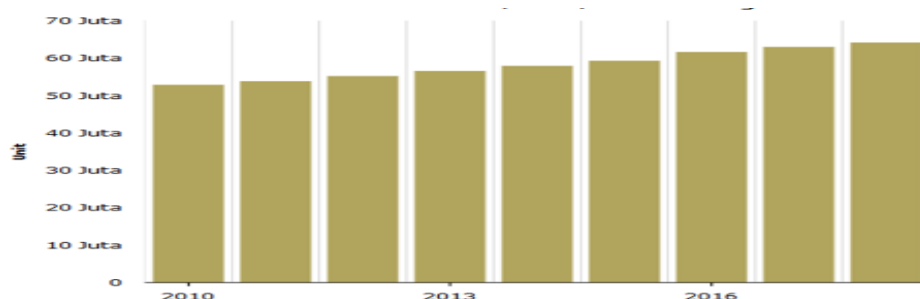
Pandemi *COVID-19* yang terjadi secara global tentu saja berdampak terhadap berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Dampak perekonomian ini tidak hanya di rasakan secara domestik, namun juga terjadi secara global. *International Monetary Fund* (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global akan tumbuh minus di angka 3%. Di Indonesia, hal ini tentunya juga memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap pariwisata, sektor perdagangan, industri termasuk Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) . Indonesia, berdasarkan data terbaru pertanggal 04 Mei 2020, sudah terdapat 11.192 kasus *COVID-19* di Indonesia.(covid19.go.id)

Dampak dari *COVID-19* secara langsung terpantau dari PHK besar-besaran di beberapa perusahaan, terjadi penutupan beberapa usaha kerja yang berdampak kepada dirumahnya beberapa karyawan. Menurut Laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), pandemi *COVID-19* saat ini mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. Dari sisi penawaran, perusahaan mengurangi pasokan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak sehat serta rantai pasokan yang juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan, kurangnya permintaan dan menurunnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. OECD juga menyebutkan bahwa UMKM memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi *COVID-19* ini. UMKM sangat rentan terdampak dalam gangguan bisnis, karena seringnya berhubungan langsung dengan pariwisata, transportasi dan industri kuliner yang memerlukan supplier yang cepat yang semuanya terdampak secara signifikan oleh *COVID-19*.(OECD, 2020)

Data dari kementerian UMKM dan Usaha kecil Menengah (UMKM) menunjukkan pada tahun 2018 terdapat 64.194.057 UMKM yang ada di Indonesia dan mempekerjakan 116.978.631 tenaga kerja. Indonesia didominasi oleh UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak serius bukan hanya pada aspek produksi dan pendapatan mereka saja, namun juga pada jumlah tenaga kerja yang harus dikurangi dikarenakan pandemi berkepanjangan. (Pakpahan, 2020).

UMKM kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi Pandemi ini dikarenakan beberapa hal seperti tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam mengakses teknologi dan kurangnya pemahaman tentang strategi bertahan dalam bisnis.(OECD, 2020). UMKM dituntut untuk mampu menyesuaikan diri didalam perkembangan bisnis yang ada karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman Terkait Pandemi *COVID-19*, dikeluarkanlah PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang mengharuskan masyarakat jika tidak ada keperluan mendesak diharapkan untuk berdiam diri dirumah. Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional UMKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung dibandingkan hari biasa. Pelaku Usaha dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko *online/berjualan* melalui *e-commerce*.

Gambar 1. Grafik Jumlah UMKM di Indonesia



Pelaku UMKM saat ini dituntut untuk menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen. Menurut (Gary, 2013), "kualitas produk adalah kemampuan sebuah



produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”.

Menurut (Kotler, Philip dan Amstrong, 2012; Tjiptono, 2011), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Penelitian Tripayana, Pramono, 2020, menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen dan peningkatan kepuasan pelanggan sehingga nantinya dapat terbentuk loyalitas pelanggan.

Hal ini terjadi karena masih kurangnya pemahaman atau kurang maksimalnya penerapan *relationship marketing* oleh UMKM. *Relationship marketing* yang lebih tepat dan maksimal diharapkan dapat membantu UMKM untuk dapat bertahan dan memiliki daya saing yang tinggi. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab apa yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk dapat mempertahankan bisnis mereka di tengah Pandemi *COVID-19* yang melanda Dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjabarkan apa saja strategi bertahan yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM sehingga mereka mampu terus bertahan dan menjadi lebih responsif terhadap perubahan iklim bisnis terutama saat terjadi *COVID-19*.

Tabel 1. Jumlah UMKM Di Provinsi Banten

Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten Tahun 2018					
No	Kabupaten/ Kota	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UKM
1	Kabupaten Lebak	49498	825	15	50338
2	Kabupaten Tangerang	41155	0	0	41155
3	Kabupaten Serang	22667	3958	284	26909
4	Kota Tangerang	11079	633	34	11746
5	Kota Cilegon	6446	100	0	6546
6	Kota Serang	6495	3595	222	10321
7	Kota Tangerang Selatan	7691	218	0	9582
8	Kabupaten Pandeglang	900	100	2	1002

Berdasarkan Tabel satu, Provinsi Banten mempunyai beberapa UMKM. Kabupaten Lebak mempunyai UMKM yang paling banyak di provinsi Banten. Mitra Mandala salah satu UMKM yang terletak di Kabupaten Lebak. Potensi yang besar bagi Mitra Mandala untuk mencari strategi di tengah kondisi pandemik supaya tetap bisa bertahan. UMKM yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah UMKM Gula Aren di desa Hariang. Gula Aren Desa Hariang berpotensi untuk mengangkat perekonomian Indonesia khususnya Banten. Dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi ancaman pandemi Covid 19.

Kondisi saat ini Gula Aren di Desa Hariang mengalami penurunan pendapatan dan belum bisa beradaptasi di saat pandemi. Mitra Mandala yang menaungi perajin gula aren dan memasarkannya, mengalami kesulitan dalam penjualannya. Hal ini dikarenakan adanya wabah *COVID-19* yang menyebabkan perubahan pola pembelian di konsumen.

Kondisi saat pandemi aren mengalami penurunan penjualan hingga 70%. Misalnya Mitra Mandala bisa mendapat keuntungan 100% sebelum pandemi, saat ini hanya mampu mendapat keuntungan 30%. Pandemi berdampak bagi UMKM gula aren di desa Hariang. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran gula aren saat pandemi *COVID-19* di Desa Hariang Kecamatan Sobang, Kabupaten Lebak.



METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Hariang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa UMKM Mitra Mandala produk aren yang terdampak pandemik bisa bertahan dan berpeluang besar untuk dilakukan pengembangan agar UMKM Mitra Mandala bisa jadi UMKM yang lebih besar. Waktu pelaksanaan pada penelitian ini dilakukan selama 9 bulan, yakni dari bulan Maret 2020- Desember 2021.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga hasilnya lebih mudah untuk diolah (Arikunto, 2002). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner dan wawancara pihak terkait dengan pemilik toko, beberapa karyawan, dan beberapa konsumen toko UMKM Mitra Mandala. Instrumen penelitian tersebut digunakan untuk memperoleh data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian yaitu pemilik toko, beberapa karyawan, dan beberapa konsumen toko UMKM Mitra Mandala sebagai sumber informasi yang dicari sedangkan instrumen penelitian yang digunakan untuk memperoleh data sekunder pada penelitian ini yaitu terdiri dari studi literatur, jurnal, skripsi, dan data dari lembaga atau instansi yang terkait.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara memilih sampel responden yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah tersebut, teknik pengambilan data ini ditujukan kepada pemilik toko dan pekerja UMKM Mitra Mandala, jumlah responden yang telah ditentukan sebanyak 6 orang responden yang terdiri dari 1 pemilik UMKM, Sekretaris, 1 bendahara, 2 konsumen, dan 2 pekerja.

Metode Pengolahan Data

Dalam rangka pengumpulan data-data diperlukan bagi penyusunan penelitian ini, digunakan beberapa cara sebagai berikut:

1. Riset Lapangan yaitu meninjau langsung objek penelitian dengan maksud memperoleh data sekunder. Peneliti datang ke UMKM Mitra Mandala untuk melihat kondisi toko secara langsung.
2. Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung mengenai aktivitas atau kegiatan usaha perusahaan, mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan pengamatan secara langsung ke tempat yang akan di amati. Peneliti memperoleh data melalui observasi pada obyek penelitian dan pemilik UMKM Mitra Mandala yang kemudian dicatat fenomena yang dimiliki UMKM tersebut.
3. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tentang topik tertentu yang diberikan pada subyek penelitian untuk mendapatkan informasi tertentu. Kuesioner dibedakan menjadi dua jenis yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner tertutup dimana responden hanya menjawab pertanyaan yang sudah disediakan sebelumnya oleh peneliti
4. *Interview* yaitu melakukan wawancara atau tanya jawab dengan pihak perusahaan. wawancara merupakan salah satu teknik atau metode untuk mengumpulkan data guna mendapatkan data lebih akurat dari narasumber yang berkaitan langsung dan mengetahui informasi akurat dengan obyek penelitian. Model wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur atau wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis.
5. Dokumentasi adalah suatu metode bantu pengumpulan data dengan cara memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian



Riset Pustaka yaitu data sekunder yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah diolah atau berdasarkan studi kepustakaan terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan penulisan.

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis data kualitatif digunakan untuk tujuan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap organisasi perusahaan serta profil usaha dan matrik SWOT. Sedangkan analisis data kuantitatif bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal menggunakan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), dan analisis matriks I-E (Internal-External)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Desa Hariang terletak di sebelah timur kali ciliwung atau kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. Sebelah Utara dengan kecamatan mampang prapatan dan pancoran. Sebelah barat kecamatan Cilandak. Dan sebelah selatan kecamatan jagakarsa. Desa Hariang salah satu dari kecamatan dari kota Lebak Banten di Provinsi DKI Jakarta. Luas wilayah kecamatan Desa Hariang yaitu 21,9 km². Salah satu wisata yang terkenal di Kecamatan Desa Hariang adalah Kebun Binatang Ragunan yang banyak didatangi para wisatawan dari berbagai macam daerah. Menurut data BPS Lebak Banten Desa Hariang memiliki kepadatan penduduk sekitar +300.000 penduduk (BPS Lebak Banten).

UMKM Mitra Mandala terletak di Desa Hariang Lebak Banten. Desa Hariang merupakan salah satu pasar tradisional yang memiliki berbagai macam jenis barang pangan dan non pangan. Lokasi Desa Hariang yang strategis memudahkan setiap masyarakat berbelanja di pasar ini. Ada pedagang kaki lima yang berjualan di sekitar Desa Hariang termasuk pedagang jamu gendong. Dari hasil wawancara dengan pemilik toko UMKM Mitra Mandala, pedagang yang berjualan dan tinggal di sekitar Desa Hariang rata-rata pendatang dari daerah Jawa Tengah.

Penduduk di daerah Desa Hariang rata-rata berprofesi sebagai pedagang di Desa Hariang. Mereka berjualan berbagai macam bahan pangan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, daging ayam potong, daging sapi potong, sembako dan jamu. Di sekitar Desa Hariang terdapat depot-depot jamu sederhana yang menjual berbagai macam jamu untuk diseduh dan dikonsumsi. Lokasi Desa Hariang strategis untuk dijadikan tempat usaha atau berjualan. Saat ini Desa Hariang masih beroperasi dan sedang melakukan pembenahan sistem untuk merapihkan para pedagang yang berjualan di Desa Hariang. UMKM Mitra Mandala juga masih beroperasi di Desa Hariang Lebak Banten.

Karakteristik Pemilik, Pekerja, Responden

Jumlah responden yang diambil peneliti adalah 5 responden/ orang. Pemilihan 5 responden tersebut diberikan kepada responden yang memiliki karakteristik berumur lebih dari 17 tahun dimana menurut Engel umur responden penting karena dapat mempengaruhi jawaban yang berbeda-beda. Bekerja atau mempunyai hubungan dekat dengan UMKM Mitra Mandala.

Tabel 1 Karakteristik Responden pengelola UMKM Mandala

No	Nama	Usia	Peran
1	Aguas	47	Pemilik sekaligus manajer UMKM
2	Eni	47	Direktur Keuangan
3	Christian David,	22	Litbang
4	NIa	22	Penjaga Toko
5	Katon	26	Pramu produk

UMKM Mitra Mandala adalah UMKM yang menyediakan berbagai macam produk jamu, yaitu Jamu Sidomuncul (Semua jenis), Jamu Jago (Semua jenis), Jamu Gujati (semua jenis), Jamu Orang Tua, Jamu Intisari. UMKM Mitra Mandala juga menyediakan berbagai macam produk kosmetik dan sembako (kopi, susu, minyak goreng, mie instan, telur ayam kampung, telur ayam negeri, telur puyuh, telur bebek).

UMKM Mitra Mandala, berdiri pada tanggal 7 Juli 1996, didirikan oleh bapak Agus Sumarsetyono asal dari Bali. Pemberian nama UMKM Mitra Mandala terinspirasi dari nama dan asal daerah pemilik toko. Alasan pemilik toko mendirikan UMKM Mitra Mandala adalah untuk

menciptakan perekonomian keluarga yang mandiri. Pemilik Toko juga tidak mau bekerja ikut orang lain dan bergantung dengan orang lain. Prinsip pemilik toko adalah selalu berhasil dengan hasil usaha dan kerja keras dari toko sendiri.

Pemilik UMKM Mitra Mandala memilih jamu karena jamu memiliki prospek bisnis yang menjanjikan. Pada tahun 1990-an jamu digemari masyarakat Indonesia. UMKM Mitra Mandala memperoleh pengetahuan atau informasi mengenai penjualan jamu diperoleh dari kakak pak Agus yang berprofesi sebagai dokter dan mempunyai bisnis usaha jamu di Cikarang. UMKM Mitra Mandala mempekerjakan karyawan yang berusia 18-27 tahun. Latar belakang pendidikan karyawan rata-rata Sekolah Menengah Atas (SMA).

UMKM Mitra Mandala memiliki visi dan misi sebagai landasan bergerak toko dalam berbisnis. Berikut visi dan misi UMKM Mitra Mandala :

Visi : Menjadikan toko yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya serta memberikan pelayanan kepuasan yang lebih bagi pelanggannya. Misi : Berusaha mengecilkkan tingkat pengangguran dan mampu menjamin kepuasan konsumen serta berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen.

UMKM Mitra Mandala berkomitmen untuk mengutamakan kepuasan bagi pelanggannya. Dalam kasus ini, usaha ini membekali diri dan karyawan dengan kejujuran, disiplin, tanggung jawab dan loyalitas kepada pelanggan. Selain itu, dalam operasional usahanya ini didukung *team work* yang solid diberbagai bidang keahlian di dalam profesi standar moral dan etika kerja dan menjaga komunikasi kepada anggota dan pengguna jasa dalam rangka mencapai kepuasan dan kualitas profesional. Keunggulan yang dimiliki oleh UMKM Mitra Mandala adalah harga jamu stabil, barang asli dari pabrik langsung. Kelemahan yang dimiliki UMKM Mitra Mandala adalah Sistem penjualan belum semuanya digital.

Tabel 2. Aset Kepemilikan UMKM Mitra Mandala Tahun 2021

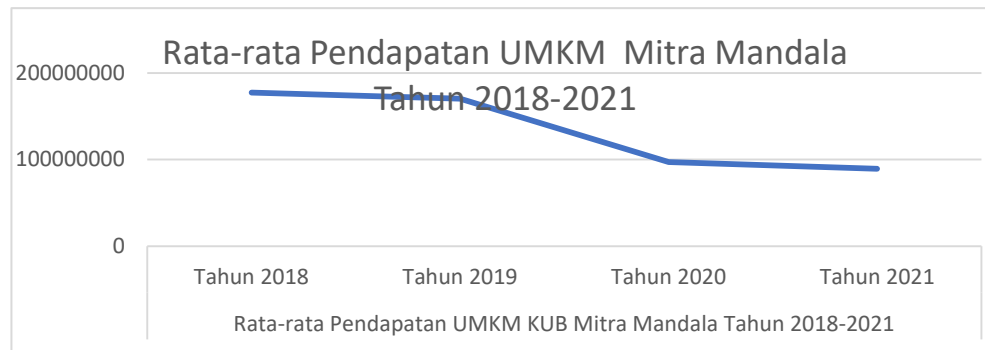
Aset Kepemilikan UMKM Mitra Mandala			
No	Fasilitas	Jumlah	Keterangan
1	Pabrik	1	
2	Gudang Pribadi	1	
3	Mobil Pick Up	1	Untuk pengiriman gula aren
4	Sepeda Motor	1	Untuk keperluan pabrik
5	Komputer	1	Untuk mencatat keluar masuk barang
6	Karyawan	11	
7	Oven kapasitas 250kg	2	

(Sumber : Data Primer UMKM Mitra Mandala, 2021)

Dampak Covid-19 terhadap penjualan di UMKM Mitra Mandala Desa Hariang Lebak Banten

Berdasarkan grafik rata-rata pendapatan bersih UMKM Mitra Mandala tahun 2019, per Januari 2019 - Mei 2021 UMKM Mitra Mandala mengalami penurunan pendapatan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM Mitra Mandala penurunan yang dialami UMKM Mitra Mandala karena dampak dari pandemik yang melanda Indonesia. Adanya pembatasan sosial (PSBB) di Jakarta menjadi salah satu penyebab terbatasnya transaksi jual beli seluruh produk termasuk jamu. Grafik tahun 2021 mengalami kenaikan dikarenakan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat untuk hidup sehat di masa pandemik. Masyarakat berusaha mengonsumsi makanan-makanan yang sehat dikonsumsi untuk menjaga daya tahan tubuh. Jamu menjadi alternatif obat herbal yang aman dikonsumsi sehingga di tahun 2021 mengalami peningkatan.

Gambar 2. Grafik Rata-Rata Pendapatan Bersih UMKM Mitra Mandala Tahun 2019, per Januari 2019 – Mei 2021



(Sumber : Data Primer diolah, 2021)

Strategi yang Efektif untuk UMKM Mitra Mandala Menghadapi Pandemi Covid-19

Tabel 2. Matriks IFE UMKM Mitra Mandala

FAKTOR INTERNAL	BOBOT RATAAN	RATING RATAAN	SKOR
KEKUATAN			
Produk aren yang berkualitas	0,069	3,8	0,263
Gula Aren produk unggulan Kab. Lebak	0,107	2,2	0,236
Harga produk bersaing	0,113	3,0	0,338
Produksi tidak mengenal musim	0,117	4,0	0,468
Memiliki legalitas usaha	0,071	3,6	0,257
JUMLAH			1,561
KELEMAHAN			
Teknologi pengelolaan gula aren	0,091	2,6	0,238
Pembudidayaan bibit Aren yang belum maksimal	0,117	2,8	0,328
Digital Marketing Belum Optimal	0,106	3,0	0,318
Volume penjualan belum optimal	0,109	3,2	0,349
Kurangnya kualitas sumberdaya manusia	0,099	3,6	0,357
JUMLAH			1,590
TOTAL			3,151

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

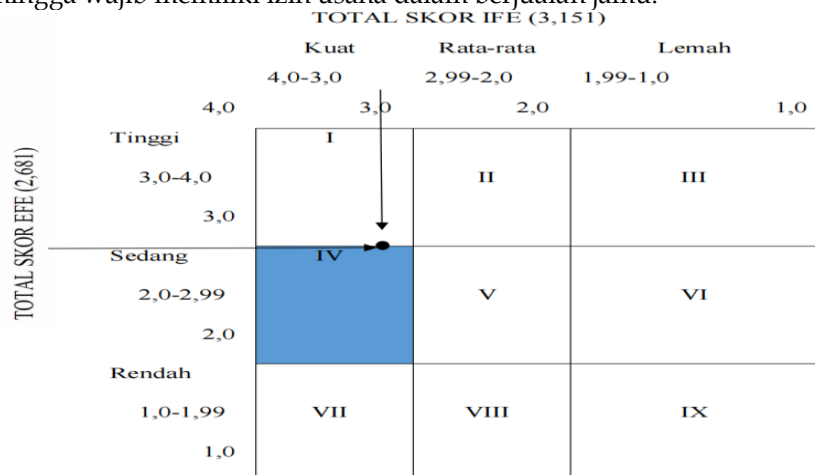
Tabel 3. Matriks EFE UMKM Mitra Mandala

EFE	BOBOT RATAAN	RATING RATAAN	SKOR
FAKTOR EKSTERNAL			
PELUANG			
Loyalitas pelanggan	0,093	3,2	0,296
Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat	0,139	3,4	0,472
Kebutuhan industry cukub besar	0,123	3,2	0,393
Permintaan Ekspor terhadap gula aren	0,130	3,0	0,390
JUMLAH			1,550
ANCAMAN			
Permintaan yang tidak stabil atau cenderung rendah	0,148	3,0	0,443
Pesaing usaha sejenis	0,110	1,6	0,177
Perekonomian tidak stabil	0,135	1,6	0,216
Bahan baku campuran	0,123	2,4	0,295
JUMLAH			1,131
TOTAL			2,681

Sumber: Data Primer Diolah, 2021



Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE (Internal Factor Evaluation), diperoleh faktor yang menjadi kekuatan utama UMKM Mitra Mandala adalah memiliki izin usaha dengan jumlah skor 0.578. Sebagai UMKM yang menjual produk jamu, UMKM Mitra Mandala mempunyai izin usaha untuk menjual berbagai macam produk. Izin usaha berupa sertifikat dari pihak kepolisian, pemerintah dan BPOM. Kepemilikan izin usaha UMKM Mitra Mandala dalam menjual produk jamu sangat penting karena produk jamu merupakan produk kesehatan tubuh yang dikonsumsi seperti makanan sehingga wajib memiliki izin usaha dalam berjualan jamu.



Berdasarkan analisis matriks EFE diketahui bahwa total skor peluang untuk UMKM Mitra Mandala sebesar 1.203 dan total skor untuk ancaman berjumlah sebesar 1.376. Total matriks EFE sebesar 2.579 atau lebih dari 2.5 menunjukkan bahwa kondisi eksternal lingkungan usaha yang mempengaruhi UMKM Mitra Mandala berada pada kondisi baik, karena peluang usaha yang dimiliki dapat mengatasi ancaman dari UMKM ini.

Berdasarkan matriks I-E didapatkan bahwa posisi UMKM Mitra Mandala berada pada sel V. pada posisi ini UMKM Mitra Mandala berada pada posisi *Hold and Maintain* atau pertahankan dan pelihara. Strategi yang sesuai untuk daerah ini adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penetrasi pasar bertujuan meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang sudah ada melalui usaha pemasaran yang lebih gencar sedangkan pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memodifikasi produk atau jasa yang sudah ada.

Tabel 4. Matriks SWOT UMKM Mitra Mandala

INTERNAL	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk aren yang berkualitas 2. Gula aren produk unggulan Kab. Lebak 3. Harga produk bersaing 4. Produksi tidak mengenal musim 5. Memiliki legalitas Usaha 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi pengelolaan gula aren 2. Pembudidayaan bibit aren yang belum maksimal 3. Digital marketing belum optimal 4. Volume penjualan belum optimal 5. Kurangnya kualitas sumberdaya manusia
PELUANG (O)	STRATEGI S-O : <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan setia (S3, O1, Price) 2. Mempromosikan aren di website sampai pasar Internasional (S1, S2, S4, S5, O2,O3,O4, Promotion) 	STRATEGI W-O : <ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan secara Online. (W1, W2, W4, W5, O1, O2, Promotion) 2. Pengembangan Teknologi Produksi dan pengelolaan aren. (W3, O2, O3, O4, Product) 3. Melakukan pelatihan terhadap karyawan (People)
ANCAMAN (T)	STRATEGI S-T : <ol style="list-style-type: none"> 2. Mencari pasar Ekspor lebih banyak (S1, S5, T4, Promotion) 3. Melakukan pengecekan standar aren yang masuk ke Mitra Mandala. (S2, S3, S4, T1, T2, T3, Product) 	STRATEGI W-T : <ol style="list-style-type: none"> 2. Melakukan hubungan mitra dengan Petani aren (W2, W3, W4, W5, T1, T2, T3, Place) 3. Mengembangkan sistem penyimpanan aren dan perbanyak oven(W1, T4, Place)

Sumber: Data Primer Diolah, 2021



Berdasarkan tabel diatas, strategi yang dihasilkan untuk pengembangan UMKM Mitra Mandala adalah sebagai berikut :

1. Strategi S-O

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal agar memperoleh keuntungan bagi UMKM Mitra Mandala . Alternatif strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut :

- Melakukan pelatihan terhadap karyawan dapat dilakukan sehingga setiap karyawan bisa meningkatkan kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam melayani pelanggan. Pelatihan kepada karyawan dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan jamu. (*People*)
- Mempromosikan jamu sebagai salah satu pola konsumsi yang sehat bagi tubuh dapat dilakukan guna memberikan informasi kepada masyarakat pentingnya mengonsumsi jamu untuk menjaga daya tahan tubuh di tengah pandemik *Covid 19*. Edukasi melalui promosi kepada masyarakat dapat meningkatkan volume penjualan produk jamu dan perubahan pola konsumsi masyarakat dari konsumsi obat kimia beralih ke jamu atau obat tradisional yang aman dikonsumsi tubuh.

2. Strategi W-O

Strategi WO merupakan strategi yang dilakukan dengan meminimalisir kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal UMKM Mitra Mandala . Alternatif strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut:

- Mengembangkan sistem penjualan dan pengamanan digital harus dilakukan karena perkembangan teknologi saat ini sudah mendukung sistem digital. Mengembangkan sistem penjualan dan pengamanan digital dapat mencegah tindak kecurangan serta mengetahui keuntungan bersih secara transparan. Saat ini dibutuhkan komputer dan kamera CCTV untuk mencatat, data barang, mengawasi transaksi dengan pelanggan serta mengawasi seluruh barang di gudang.
- Meningkatkan pelayanan pesan antar melalui media sosial harus mulai dilakukan karena dapat menjangkau pelanggan jamu dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam kondisi pandemik, cara ini sangat efektif dan efisien jika dilakukan karena dapat mengurangi kerumunan yang berisiko terjadi penyebaran virus *Covid-19* di pasar atau di toko UMKM Mitra Mandala.

3. Strategi S-T

Strategi ST merupakan strategi yang digunakan untuk mengoptimalkan kekuatan internal untuk mengurangi dampak dari ancaman eksternal. Alternatif strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut :

- Melakukan identifikasi produk jamu yang masuk ke UMKM Mitra Mandala harus dilakukan guna mengetahui ada barang produk jamu yang palsu, kemasan rusak atau sudah melewati batas aman konsumsi (kadaluarsa). Jika ada barang produk jamu yang palsu, kemasan rusak dan kadaluarsa UMKM Mitra Mandala bisa melakukan pengembalian barang ke pabrik produksi jamu tersebut.
- Memberikan potongan harga atau insentif kepada pelanggan setia menjadi alternatif untuk menjaga agar permintaan menjadi stabil. Pelanggan akan tetap berbelanja di UMKM Mitra Mandala dan tidak berpindah tempat apabila ada potongan harga, keringanan dalam membayar belanjaan atau insentif seperti THR.

4. Strategi W-T

Strategi WT merupakan alternatif strategi dengan tujuan untuk meminimalisasi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang dihadapi UMKM Mitra Mandala. Alternatif strategi yang dapat diterapkan sebagai berikut :

- Melakukan hubungan mitra dengan UMKM produk jamu sejenis sebagai upaya pengembangan produk bersama. Melakukan hubungan mitra dengan ekowisata lainnya untuk dapat mengurangi persaingan bisnis dan mengubahnya menjadi kekuatan bisnis.

Mengembangkan sistem gudang penyimpanan barang produk jamu dengan menambah kapasitas gudang dan diawasi dengan komputer. Hal ini dilakukan guna mengetahui barang yang akan segera habis supaya bisa di pesan ke pabrik. Menjaga barang agar tetap ada mampu mencegah

pelanggan membeli produk jamu ke UMKM produk jamu lainnya. Kelengkapan produk jamu dapat menjadi kekuatan UMKM Mitra Mandala.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Dampak Penjualan dan Upaya Meminimalisasi Pandemi Covid 19 UMKM Produk Jamu (Studi Kasus UMKM Mitra Mandala Desa Hariang Lebak Banten)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Grafik rata-rata pendapatan bersih UMKM Mitra Mandala tahun 2019, per Januari 2019 - Mei 2021 UMKM Mitra Mandala mengalami penurunan pendapatan. Penurunan yang dialami UMKM Mitra Mandala karena dampak dari pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia.
2. Hasil analisis matriks SWOT diperoleh delapan strategi, yaitu : 1) Melakukan pelatihan terhadap karyawan, 2) promosikan jamu sebagai informasi kepada masyarakat, 3) Kembangkan sistem penjualan dan keamanan secara digital, 4) Tingkatkan pelayanan pesan antar melalui media sosial, 5) lakukan identifikasi terhadap produk jamu palsu, kadaluarsa, dan rusak, 6) memberikan bonus (potongan harga) kepada pelanggan yang setia, 7) lakukan hubungan mitra dengan UMKM produk jamu sejenis, dan 8) kembangkan sistem gudang penyimpanan barang produk jamu.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Dampak Penjualan dan Upaya Meminimalisasi Pandemi Covid 19 UMKM Produk Jamu (Studi Kasus UMKM Mitra Mandala Desa Hariang Lebak Banten)” maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Melakukan kerjasama dengan toko online terkemuka di Indonesia untuk mendukung delapan strategi.
2. UMKM Mitra Mandala diharapkan dapat melakukan sistem pembayaran menggunakan kartu debit/kredit, *scan gopay*, dan dompet online.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika R, Sindi Pratiwi, Anisa Aswatun, Salsabila Aisyah P. 2020. *Dampak Covid -19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Becker, H. S. (1970). *Sociological Work*. New York: Transaction Books.
- Badan Pusat Statistik Jakarta. 2021. *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret / BPS-Statistics Indonesia, National Socioeconomic Survey March*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik. Diunduh : 2021-06-02 16:41:31
- David, 2004. *Manajemen Strategis: Konsep Edisi ketujuh*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- David, 2005. *Manajemen Strategis : Konsep*. Salemba Empat, Jakarta.
- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*, Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Firdaus T. A. 2020. *Dampak Covid -19 terhadap UMKM di Indonesia*. Universitas Hasanuddin
- Hany Setyorini. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus Restoran WS Soekarno Hatta Malang)* Universitas Brawijaya
- Ina Primiana, 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid 2. PT. Prenhallindo, Jakarta
- Kristian Pakpahan Aknolt. 2020. *Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Universitas Katolik Parahyangan
- M. Kwartono Adi, 2007, *Analisis Usaha Kecil Dan Menengah*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- M. Tohar, 2001, *Membuka Usaha Kecil*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Mainardes, E.W., Alves, H., Raposo, M. (2014). “Stakeholder theory: issue to resolve”. *Management Decision* vol 49 No. 2, 2011, 226-252.
- Peraturan Menteri Perekonomian Nomor 11 Tahun 2017 tentang regulasi terkait dengan pendanaan modal usaha untuk UMKM.
- Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014 tentang hukum izin usaha mikro kecil dan menengah.
- Permenkes No. 006 Tahun 2012 tentang [Industri Usaha Obat Tradisional](#)
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 merupakan regulasi yang mengatur pelonggaran pajak yang dikeluarkan oleh kalangan UMKM



- Pratiwi M.I .*Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM*. Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. Riau.
- Silpa Hanoatubun. *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. Universitas Kristen Satya Wacana
- Santoso, Slamet, 2013. *Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*. Umpo Press, Ponorogo.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif*. Bandung : CV.Alfabet.
- Tambunan,TulusT.H.2019. *UMKM DI INDONESIA*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ulya H.N. *Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid -19 Pemerintah daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Menengah
- Zulkarnain, 2006. *Kewirausahaan Strategi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Dan Penduduk Miskin*. Penerbit Adi Cipta Karya Nusa, Yogyakarta