

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) GETUK GONDOK HJ. SRI RAHAYU DI KABUPATEN MAGELANG

Widyaningrum Sekar Rini, Agustono, Raden Kunto Adi

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami No.36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax (02171) 637457
Email: widyaningrumsr28@student.uns.ac.id

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a group of companies or businesses owned by individuals, groups, households, or small business. The processed food that is typical of Magelang is getuk. The basic ingredient for making getuk is cassava. This research aims to determine the appropriate development strategy for Small and Medium Enterprises (SME) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu. Research respondents are SME owners, employees, consumers, competitors and Department of Trade, Cooperative & SMEs of Magelang Regency. The data used is primary data and secondary data. Data collection was carried out using interviews. Data analysis uses the IFE, EFE, IE, SWOT and QSP matrix. The research results show that the main strength is SMEs have their own shops in strategic locations. The main weakness is the product is not durable. The main opportunity lies in the presence of consumers who make repeat orders. The main opportunity is consumers who repeat orders. The main threat is the price of ingredients (sugar) which is unstable and tends to increase. The position of SMEs in the IE matrix is in cell II. The priority from the results of the QSP matrix is optimizing digital technology (social media) as promotional media.*

Keyword : *Development Strategy, Getuk, QSPM, SME, SWOT*

Abstrak: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok perusahaan atau usaha yang dimiliki oleh perorangan, kelompok, rumah tangga, ataupun badan usaha kecil. Makanan olahan yang menjadi khas Magelang adalah getuk. Bahan dasar pembuatan getuk adalah singkong. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu. Responden penelitian adalah pemilik UKM, karyawan, konsumen, pesaing, dan Dinas Perdagangan Koperasi & UKM Kabupaten Magelang. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Analisis data dilakukan dengan menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan utama terletak pada UKM yang memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis. Kelemahan utama terletak pada produk yang tidak tahan lama. Peluang utama terletak pada adanya konsumen yang melakukan *repeat order*. Ancaman utama terletak pada harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat. Posisi UKM pada matriks IE berada pada sel II. Prioritas strategi dari hasil matriks QSP adalah mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi.

Kata Kunci : Getuk, QSPM, Strategi Pengembangan, SWOT, UKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok perusahaan atau usaha yang dimiliki oleh perorangan, kelompok, rumah tangga, ataupun badan usaha kecil. Menurut Halim (2020), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu bidang usaha yang memiliki potensi untuk berkembang dan memiliki peluang bisnis untuk para pelaku usaha di daerah agar produk kreatif mereka dapat dikenal lebih luas. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam meningkatkan pendapatan perkapita dan juga meningkatkan perekonomian pada suatu daerah. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, hasil penjualan tahunan usaha mikro paling banyak sebesar Rp300.000.000,00. Hasil penjualan tahunan usaha kecil lebih dari Rp300.000.000,00 sampai paling banyak sebesar Rp2.500.000.000,00. Hasil penjualan tahunan usaha menengah lebih dari Rp2.500.000.000,00 sampai paling banyak sebesar Rp50.000.000.000,00. Menurut Badan Pusat Statistik, tenaga kerja dalam usaha mikro berjumlah satu sampai dengan empat orang, tenaga kerja

dalam usaha kecil berjumlah lima sampai dengan 19 orang, dan tenaga kerja dalam usaha menengah berjumlah 20 sampai dengan 99 orang.

Kabupaten Magelang termasuk salah satu daerah yang terletak di Provinsi Jawa Tengah dan memiliki makanan olahan khas yaitu getuk. Bahan dasar pembuatan getuk yaitu ubi kayu atau singkong. Singkong merupakan tanaman yang hidup pada daerah tropis dengan daya adaptasi yang baik dan menjadi pangan lokal alternatif sebagai sumber karbohidrat selain beras dan jagung. Menurut Purnomo (2022), tanaman singkong mudah untuk dibudidayakan dan memiliki produktivitas tinggi sehingga singkong banyak ditanam baik secara khusus ataupun hanya sebagai tanaman selingan. Menurut data Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang, produsen getuk terbesar di Kabupaten Magelang berdasarkan omzet adalah Usaha Mikro Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu dengan omzet mencapai Rp160.000.000/bulan, dengan tempat produksi yang terletak di Dusun Karet, Desa Bulurejo, Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Usaha Mikro Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu memproduksi getuk dengan berbagai bentuk dan warna. Getuk gondok berwarna putih kecoklatan dengan bentuk seperti bola kecil. Getuk warna dipotong berbentuk kotak berwarna merah muda, hijau, coklat, maupun putih. Terdapat juga getuk gulung yang berwarna putih dan coklat.

Tabel 1. Data Lima Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Getuk dengan Omzet di Atas Rp12.000.000,00 di Kabupaten Magelang Tahun 2022

No	Nama Usaha	Pemilik	Tenaga Kerja	Omzet per Bulan (Rp)
1.	Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu	Sri Rahayu	12	160.000.000
2.	Getuk Pojok	Endang	4	48.000.000
3.	Getuk Warna	Agustina	3	15.000.000
4.	Getuk Gondok Hj. Supriyah	Supriyah	3	14.000.000
5.	-	Luqman	3	12.500.000

Sumber : Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang, 2022

Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu menghadapi kendala dalam pengembangannya karena adanya faktor-faktor yang menghambat usaha yang berasal dari lingkungan internal UKM maupun lingkungan eksternal UKM. Hasil survei wawancara dengan pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang, terdapat beberapa permasalahan yang dapat mempengaruhi pengembangan UKM. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UKM ialah permasalahan pada tenaga kerja, manajemen yang belum baik, belum adanya pembukuan, penggunaan teknologi digital belum optimal, serta harga bahan yang tidak stabil dan cenderung meningkat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan bagi UKM agar UKM dapat menjalankan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha sesuai dengan karakteristik dan permasalahan dalam UKM. Strategi pengembangan berpengaruh dalam daya saing atau eksistensi usaha dan dapat digunakan untuk mengatasi masalah yang ada pada UKM. Hal ini diperlukan agar UKM dapat memiliki daya saing dan dapat berkembang, serta dapat meningkatkan keuntungannya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk: 1) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang. 2) Merumuskan alternatif strategi yang memungkinkan untuk diterapkan untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang. 3) Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif yaitu dengan menyusun data yang telah dikumpulkan, disusun, dianalisis dan selanjutnya dijelaskan. Menurut Jayusman dan Shavab (2020), penelitian deskriptif dilakukan dengan cara mencari data yang berkaitan dengan peristiwa atau kejadian yang ada, kemudian dijelaskan mengenai tujuan yang akan dicapai, merancang mengenai pendekatan yang akan dilakukan, dan mengumpulkan data yang digunakan sebagai bahan guna menyusun laporan.

Metode Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian ditentukan dengan cara *purposive* yaitu pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang, dengan pertimbangan omzet terbesar dan ditemukan permasalahan yang menghambat perkembangan UKM. Menurut Igga et al., (2019) metode penentuan lokasi *purposive* ialah penentuan daerah sampel dengan cara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan dari penelitian.

Metode Penentuan Pakar

Penentuan pakar dilakukan dengan sengaja (*purposive*). Menurut Lubis (2021), kriteria dari pakar merupakan orang yang dianggap mengetahui tentang usaha serta dapat mempengaruhi pengambilan kebijakan. Pakar untuk identifikasi faktor internal dan eksternal yaitu pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu, karyawan, konsumen, pesaing, dan Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang. Pakar dalam menentukan faktor internal eksternal penting dan merumuskan alternatif strategi yaitu pemilik dan karyawan. Pakar untuk menentukan prioritas strategi yaitu pemilik UKM.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dipakai dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Menurut Sari dan Zefri (2019), data primer berupa keterangan atau informasi yang didapatkan dari tangan pertama dan dikumpulkan langsung melalui sumbernya. Data primer ditentukan oleh peneliti sesuai kebutuhan penelitian melalui wawancara dengan menyiapkan daftar pertanyaan berupa kuesioner. Data sekunder berupa data yang didapatkan secara tidak langsung, dapat menggunakan media perantara yang berupa buku, catatan, atau bukti yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Magelang, buku, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan pencatatan.

Metode Analisis Data

Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Menurut Alfansyur (2020), triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil dari wawancara yang didapatkan dari masing-masing responden sebagai perbandingan guna mencari kebenaran informasi. Alat yang dipakai untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal pada penelitian ini terdiri dari dua matriks, yaitu matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Analisis posisi menggunakan matriks *Internal Eksternal* (IE). Menurut Yusuf et al., (2020), data yang digunakan pada matriks *Internal Eksternal* (IE) adalah jumlah skor pada faktor internal dan jumlah skor pada faktor eksternal. Alternatif strategi dirumuskan dengan matriks SWOT. Hasil dari matriks SWOT berupa empat macam strategi dengan karakteristik yang berbeda, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Prioritas strategi ditentukan dengan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penggunaan QSPM adalah tahapan terakhir dari analisis

strategi yang merupakan pemilihan alternatif strategi untuk menentukan prioritas strategi yang dianggap paling tepat dan sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Sejarah Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu

Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu didirikan pada tahun 1985 dengan pemilik Ibu Sri Rahayu. Omzet UKM selama satu bulan mencapai Rp160.000.000,00. Alamat tempat produksi berada di Dusun Karet, Desa Bulurejo, Kecamatan Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Jumlah tenaga kerja sebanyak 12 orang. Produk utama yang dihasilkan yaitu getuk, sedangkan produk sampingan yaitu klepon, jongkong, yangko, dan wajik.

Awal mula usaha didirikan karena keinginan Ibu Sri Rahayu untuk membantu suami mencukupi kebutuhan. Setelah menikah dengan suami, Ibu Sri memutuskan untuk membuat usaha getuk yang telah dipelajari dari orang tuanya. Dinamakan Getuk Gondok dikarenakan usaha getuk sudah ditekuni mulai dari nenek dari Ibu Sri Rahayu dilanjutkan turun temurun. Nenek dari Ibu Sri terkena penyakit gondok dan sampai beliau meninggal masih memiliki penyakit tersebut. Karena usaha getuk bermula dari nenek Ibu Sri, untuk mengenang dan melanjutkan usaha maka Ibu Sri menggunakan nama usaha Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Terdapat enam faktor internal yang diidentifikasi yaitu SDM, produksi, manajemen, kondisi keuangan, pemasaran, dan teknologi. Identifikasi faktor internal mendapatkan hasil berupa faktor kekuatan dan kelemahan.

Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM atau tenaga kerja di Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu berjumlah 12 orang yang terbagi menjadi tenaga kerja bagian produksi yang terdiri dari 10 orang dan tenaga kerja bagian pemasaran yang terdiri dari dua orang. Tenaga kerja bagian pemasaran memiliki keterampilan yang baik ditunjukkan dengan kemampuan melayani konsumen dengan cekatan, ramah, dan santun. Kendala pada tenaga kerja terletak pada bagian produksi. Tenaga kerja bagian produksi masih harus dibimbing, diingatkan, dan dilatih dikarenakan masih kurangnya inisiatif dalam mengerjakan pekerjaannya. Menurut Eka et al. (2022), mengelola sumber daya manusia ialah keterampilan yang harus dikuasai oleh pelaku usaha.

Produksi

Proses produksi getuk dimulai dari penyiapan bahan, pemasakan singkong, penumbukan, pewarnaan, penggilingan, dan pembentukan. Bahan yang diperlukan dalam produksi getuk adalah singkong atau ubi kayu, garam, gula, pewarna, dan pengharum, dan kelapa. Singkong diperoleh dari pengepul yang mendapatkan singkong dari Kecamatan Kaliangkrik dan Kecamatan Windusari. Singkong dimasak dengan cara dikukus pada tungku selama dua sampai 2,5 jam. Penumbukan dilakukan menggunakan lesung sedangkan penggilingan menggunakan mesin penggiling getuk. Getuk disajikan bersama dengan kelapa parut. Getuk merupakan makanan basah yang hanya tahan selama dua hari. Kontrol kualitas getuk dilakukan dengan melihat fisik dan rasa.

Manajemen

Manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pengawasan, dan pengendalian. Manajemen belum diterapkan secara menyeluruh oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu. Penyusunan jadwal sudah terlaksana dengan baik dengan adanya *list* mengenai kegiatan yang akan dilakukan. Karyawan yang bekerja pada proses produksi belum terbagi secara pasti mengenai tugas masing-masing. Struktur organisasi belum terbagi

secara jelas. Koordinasi berjalan dengan baik dengan adanya interaksi antara pemilik usaha dengan karyawan maupun antar karyawan. Pengawasan selalu dilakukan oleh Ibu Sri Rahayu dalam proses produksi.

Kondisi Keuangan

Modal Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu berasal dari pribadi. Penggunaan modal pribadi dipilih dengan pertimbangan pemilik merasa lebih tenang jika menggunakan uang milik pribadi. Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu belum melakukan pembukuan sehingga hitungan mengenai penerimaan belum dilakukan secara pasti.

Pemasaran

Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu memiliki toko sendiri untuk memasarkan produk yang terletak di Pasar Redjowinangun, Jalan Mataram No. 9A, Kota Magelang. UKM juga menerima pesanan baik dari Kabupaten Magelang maupun Kota Magelang. Konsumen bisa mengambil getuk yang sudah dipesan di toko ataupun di tempat produksi. Getuk dijual dalam berbagai kemasan yaitu kemasan kardus, tampan mika, dan tampah dengan harga yang bervariasi. Menurut Latief (2021), pemasaran menjadi salah satu kegiatan penting pada dunia usaha, terlebih pada keadaan usaha saat ini yang semakin kompetitif.

Teknologi

Penggunaan teknologi dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu menggunakan alat tradisional dan modern. Alat tradisional yang digunakan adalah lesung dan alu untuk menumbuk singkong setelah pengukusan. Alat modern yang digunakan yaitu mesin penggiling singkong dan mesin pamarut kelapa. UKM sudah menggunakan teknologi berbasis digital yaitu Instagram sebagai media promosi. Namun, penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum dilakukan secara optimal.

Tabel 2. Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
SDM	- Keterampilan tenaga kerja bagian pemasaran yang baik	- Kurangnya inisiatif tenaga kerja bagian produksi
Produksi	- Adanya kontrol kualitas bahan baku dan hasil produksi	- Produk tidak tahan lama
Manajemen	- Perencanaan waktu yang baik	- Belum ada pembagian kerja pada tenaga kerja bagian produksi
Kondisi keuangan	- Permodalan dilakukan secara mandiri	- Belum ada pembukuan keuangan
Pemasaran	- Memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis	
Teknologi	- Memiliki mesin penggiling singkong dan pamarut kelapa	- Penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum optimal

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Terdapat tujuh faktor eksternal yang diidentifikasi yaitu pesaing, konsumen, pemerintah, kondisi lingkungan, kondisi ekonomi, lembaga pemasaran, dan lembaga pembiayaan. Identifikasi faktor eksternal mendapatkan hasil berupa faktor peluang dan ancaman.

Pesaing

Hasil wawancara menunjukkan bahwa persaingan yang terjadi tergolong sehat karena tidak ada usaha untuk saling menjatuhkan antar UMKM walaupun banyak UMKM dengan yang memproduksi getuk. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu dan UMKM produsen getuk lain, mereka percaya bahwa setiap produk pasti ada peminatnya dan setiap konsumen pasti mempunyai selera masing-masing. Adanya produsen getuk lain tidak dianggap sebagai pesaing, tetapi menjadi peluang dalam memasarkan produk. Jika produk milik UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu sudah habis terjual, maka karyawan akan mengarahkan untuk membeli pada toko lain, contohnya pada toko Getuk Pojok Bu Endang begitu pula sebaliknya.

Konsumen

Konsumen Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu merasa puas dengan kualitas yang ditawarkan. Konsumen juga melakukan *repeat order* dikarenakan cita rasa produk yang enak dan harga produk yang terjangkau. Selain karena produk, konsumen melakukan pembelian kembali karena pelayanannya yang baik dan ramah. Konsumen yang membeli dalam jumlah besar juga sering diberikan bonus. Konsumen berasal dari Kabupaten Magelang maupun Kota Magelang. Konsumen getuk tidak hanya perorangan saja tetapi juga berasal dari institusi seperti Akademi Militer.

Pemerintah

Pemerintah yang berkaitan langsung dengan Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu adalah Dinas Perdagangan Koperasi & UKM Kabupaten Magelang. Peran Disdagkop & UKM Kabupaten Magelang dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu berkaitan dengan pemberdayaan dan pemasaran. Pemberdayaan merupakan peningkatan kapasitas SDM dan proses produksinya sedangkan pemasaran berkaitan dengan produk dan perizinan. Peran Disdagkop & UKM Kabupaten Magelang dalam pengembangan UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu yaitu dengan memberikan bantuan berupa fasilitas pendampingan. Disdagkop & UKM Kabupaten Magelang juga memberikan fasilitas untuk promosi dan pemasaran. Promosi dan pemasaran dilakukan melalui adanya pameran.

Kondisi Lingkungan

Bahan baku produksi merupakan singkong yang kondisi umbinya bergantung dengan iklim. Curah hujan yang tinggi akan berpengaruh terhadap kondisi singkong yang akan berpengaruh terhadap hasil akhir produk getuk. Curah hujan yang tinggi mengakibatkan singkong mengandung banyak kadar air sehingga hasil akhir produk getuk akan lebih lembek. Menurut Nainggolan (2021), tingginya kadar air dalam singkong menyebabkan singkong harus segera diolah setelah panen.

Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi yang berpengaruh adalah harga gula putih yang tidak menentu dan cenderung naik. Harga rata-rata gula putih di daerah Kabupaten Magelang yang awalnya Rp640.000,00/sak dengan berat tiap sak adalah 50 kg, naik menjadi Rp710.000,00/sak pada bulan Oktober 2023. Dalam selang waktu dua hari, harga gula turun sebesar Rp2.000,00 menjadi Rp708.000,00 kemudian harga gula kembali melonjak menjadi Rp745.000,00. Hal ini tentu berakibat pada keberjalanan usaha.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yang dapat berperan dalam penyaluran produk milik Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu adalah toko makanan. UKM belum ada kerjasama dengan toko makanan lain. Adanya kerjasama dengan toko makanan lain akan memperluas pasar sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat lebih luas.

Lembaga Pembiayaan

Disdagkop & UKM Kabupaten Magelang berkolaborasi dengan Permodalan Nasional Madani (PNM) dalam bentuk fasilitas pelatihan/ peningkatan kapasitas pelaku usaha. PNM juga dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan dengan akses permodalan, pendampingan, serta program untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Fokus PNM terkait penyaluran dana yang ditujukan pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK).

Tabel 3. Faktor Peluang dan Ancaman Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Pesaing	- Adanya bantuan saling mempromosikan produk	- Adanya inovasi produk getuk
Konsumen	- Adanya konsumen yang melakukan <i>repeat order</i>	- Bergesernya minat konsumsi makanan tradisional ke modern
Pemerintah	- Adanya dukungan dari pemerintah	
Kondisi lingkungan	- Ubi kayu (singkong) mudah ditemukan di Kabupaten Magelang	- Kualitas singkong tergantung pada musim
Kondisi ekonomi	- Harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat	
Lembaga pemasaran	- Adanya peluang untuk menitipkan produk pada toko lain	
Lembaga pembiayaan	- Adanya kolaborasi pemerintah dengan lembaga pembiayaan	

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Evaluasi faktor internal dan eksternal dilakukan dengan matriks IFE (*Internal Factors Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factors Evaluation*). Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor kunci dari lingkungan internal dan juga lingkungan eksternal pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang.

Tabel 4. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor Internal Kunci	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Keterampilan tenaga kerja bagian pemasaran yang baik	0,102	3	0,306
2. Perencanaan waktu yang baik	0,083	4	0,333
3. Adanya kontrol kualitas bahan baku dan hasil produksi	0,097	3	0,291
4. Permodalan dilakukan secara mandiri	0,077	3	0,231
5. Memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis	0,114	4	0,456
6. Memiliki mesin penggiling singkong dan pamarut kelapa	0,079	3	0,237
Jumlah skor			1,854
Kelemahan			
1. Kurangnya inisiatif tenaga kerja bagian produksi	0,083	2	0,166
2. Produk tidak tahan lama	0,100	1	0,100
3. Belum ada pembagian kerja pada tenaga kerja bagian produksi	0,088	2	0,176
4. Belum ada pembukuan keuangan	0,059	2	0,118

5. Penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum optimal	0,118	1	0,118
Jumlah skor			0,678
Total skor			2,532

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Kekuatan utama UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu terletak pada UKM yang memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis yaitu di pinggir jalan raya, dengan skor tertinggi yaitu sebesar 0,456. Lokasi toko berada di Pasar Redjowinangun, Jalan Mataram No. 9A, Kota Magelang. Kelemahan utama dengan skor 0,100 yaitu produk yang dihasilkan UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu tidak tahan lama. Getuk merupakan makanan basah yang hanya tahan sekitar dua hari saja. Inovasi produk getuk yang dapat bertahan lebih lama diperlukan agar dapat memperluas pasar.

Tabel 5. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Adanya bantuan saling mempromosikan produk	0,117	3	0,351
2. Adanya konsumen yang melakukan <i>repeat order</i>	0,115	4	0,460
3. Adanya dukungan dari pemerintah	0,069	2	0,138
4. Ubi kayu (singkong) mudah ditemukan di Kabupaten Magelang	0,109	4	0,436
5. Adanya peluang untuk menitipkan produk pada toko lain	0,096	2	0,192
6. Adanya kolaborasi pemerintah dengan lembaga pembiayaan	0,059	2	0,118
Jumlah skor			1,695
Ancaman			
1. Adanya inovasi produk getuk	0,113	3	0,339
2. Bergesernya minat konsumsi makanan tradisional ke modern	0,113	3	0,339
3. Kualitas singkong tergantung pada musim	0,096	2	0,192
4. Harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat	0,113	4	0,452
Jumlah skor			1,322
Total skor			3,017

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Peluang utama UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang ditunjukkan dengan skor tertinggi yaitu sebesar 0,460 yang terletak pada adanya konsumen yang melakukan *repeat order* karena pelayanan dari toko maupun pembelian di rumah yang ramah dan sopan, ketepatan waktu, dan adanya bonus produk yang diberikan melakukan pembelian dalam jumlah banyak. Ancaman utama dengan skor 0,452 terletak pada bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat.

Analisis Posisi Strategi

Analisis posisi strategi dilakukan dengan menggunakan Matriks *Internal External* (IE). Hasil analisis matriks IE menunjukkan posisi UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang yang berada pada sel II yang merupakan daerah tumbuh dan berkembang. Posisi UKM pada sel II didapatkan dari total skor IFE sebesar 2,532 dan total skor EFE sebesar 3,017. Menurut David (2017), strategi yang tepat untuk diterapkan pada sel II berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, atau dengan menerapkan strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal.

	Tinggi 3,00 - 4,00	Sedang 2,00 - 2,99	Rendah 1,0 - 1,99	
Total Nilai EFE	I Tumbuh dan berkembang	II Tumbuh dan berkembang	III Menjaga dan mempertahankan	Tinggi 3,00 - 4,00
	IV Tumbuh dan berkembang	V Menjaga dan mempertahankan	VI Divestasi	Sedang 2,00 - 2,99
	VII Menjaga dan mempertahankan	VIII Divestasi	IX Divestasi	Rendah 1,0 - 1,99
	Total Nilai IFE			

Gambar 1. Matriks IE (*Internal External*) Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Perumusan Alternatif Strategi

Hasil dari matriks SWOT berupa empat tipe alternatif strategi yaitu strategi kekuatan-peluang (strategi SO), strategi kekuatan ancaman (strategi ST), strategi kelemahan peluang (strategi WO), dan strategi kelemahan ancaman (strategi WT). Menurut Panggabean (2022), matriks SWOT digunakan dengan memadukan antara kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang ada dari luar usaha.

Tabel 6. Matriks SWOT Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Faktor Eksternal	1. Keterampilan tenaga kerja bagian pemasaran yang baik	1. Kurangnya inisiatif tenaga kerja bagian produksi
	2. Perencanaan waktu yang baik	2. Produk tidak tahan lama
	3. Adanya kontrol kualitas bahan baku dan hasil produksi	3. Belum ada pembagian kerja pada tenaga kerja bagian produksi
	4. Permodalan dilakukan secara mandiri	4. Belum ada pembukuan keuangan
	5. Memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis	5. Penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum optimal
	6. Memiliki mesin penggiling singkong dan pamarut kelapa	
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Adanya bantuan saling mempromosikan produk	1. Memanfaatkan secara maksimal dukungan dan fasilitas dari pemerintah (S1, S2, S3, S5, O3, O6)	1. Mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi (W5, O1, O2, O3, O5)
2. Adanya konsumen yang melakukan <i>repeat order</i>	2. Mengoptimalkan potensi pasar yang ada (S1, S2, S3, S4, S5, S6 O1, O2, O3, O4)	2. Membuat pembagian kerja (W1, W3, W5, O2, O3)
3. Adanya dukungan dari pemerintah	3. Melakukan kerjasama dengan toko lain untuk memasarkan produk (S2, S3, O1, O2, O5)	3. Melakukan pembukuan keuangan (W4, O3, O6)
4. Ubi kayu (singkong) mudah ditemukan di Kabupaten Magelang		

5. Adanya peluang untuk menitipkan produk pada toko lain		
6. Adanya kolaborasi pemerintah dengan lembaga pembiayaan		
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Adanya inovasi produk getuk	1. Meningkatkan kualitas	1. Membuat inovasi produk (W1, W2, W3, T1, T2, T3, T4)
2. Bergesernya minat konsumsi makanan tradisional ke modern	2. Meningkatkan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumen (S1, S2, S3, S5, T1, T2)	
3. Kualitas singkong tergantung pada musim		
4. Harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat		

Sumber: Analisis Data Primer 2023

Pencocokan Posisi Strategi dengan Alternatif Strategi

Hasil dari matriks SWOT berupa delapan strategi yang memungkinkan untuk diterapkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu. Posisi Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu pada matriks IE terletak pada sel II sehingga diambil empat strategi yang sesuai dengan posisi pada daerah tumbuh dan berkembang (sel II). Alternatif strategi yang termasuk dalam kategori daerah tumbuh dan berkembang sesuai dengan matriks IE yaitu:

1. Mengoptimalkan potensi pasar yang ada (Strategi I).
2. Melakukan kerjasama dengan toko lain untuk memasarkan produk (Strategi II).
3. Mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi (Strategi III).
4. Membuat inovasi produk (Strategi IV).

Penentuan Prioritas Strategi

Penentuan prioritas strategi dilakukan dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Matriks QSP dipakai untuk mengetahui prioritas strategi yang dapat diterapkan terlebih dahulu.

Tabel 7. *Quantitative Strategic Planning Matrix* Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu di Kabupaten Magelang

Faktor-faktor Kunci	Bobot	Alternatif Strategi							
		Strategi I		Strategi II		Strategi III		Strategi IV	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Internal									
Kekuatan									
1. Keterampilan tenaga kerja bagian pemasaran yang baik	0,102	2	0,204	1	0,102	4	0,408	3	0,306
2. Perencanaan waktu yang baik	0,083	2	0,166	1	0,083	4	0,332	3	0,249
3. Adanya kontrol kualitas bahan baku dan hasil produksi	0,097	4	0,388	1	0,097	3	0,291	2	0,194
4. Permodalan dilakukan secara mandiri	0,077	4	0,308	1	0,077	2	0,154	3	0,231

Widyaningrum Sekar Rini: Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah....

5. Memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis	0,114	3	0,342	2	0,228	4	0,456	1	0,114
6. Memiliki mesin penggiling singkong dan pamarut kelapa	0,079	4	0,316	1	0,079	2	0,158	3	0,237
Kelemahan									
1. Kurangnya inisiatif tenaga kerja bagian produksi	0,083	3	0,249	1	0,083	4	0,332	2	0,166
2. Produk tidak tahan lama	0,100	3	0,300	1	0,100	2	0,200	4	0,400
3. Belum ada pembagian kerja pada tenaga kerja bagian produksi	0,088	4	0,352	2	0,176	1	0,088	3	0,264
4. Belum ada pembukuan keuangan	0,059	3	0,177	1	0,059	4	0,236	2	0,118
5. Penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum optimal	0,118	3	0,354	2	0,236	4	0,472	1	0,118
Total			3,156		1,320		3,127		2,397
Faktor Eksternal									
Peluang									
1. Adanya bantuan saling mempromosikan produk	0,117	1	0,117	4	0,468	2	0,234	3	0,351
2. Adanya konsumen yang melakukan <i>repeat order</i>	0,115	3	0,345	1	0,115	4	0,460	2	0,23
3. Adanya dukungan dari pemerintah	0,069	3	0,207	1	0,069	4	0,276	2	0,138
4. Ubi kayu (singkong) mudah ditemukan di Kabupaten Magelang	0,109	3	0,327	1	0,109	4	0,436	2	0,218
5. Adanya peluang untuk menitipkan produk pada toko lain	0,096	1	0,096	4	0,384	2	0,192	3	0,288
6. Adanya kolaborasi pemerintah dengan lembaga pembiayaan	0,059	1	0,059	2	0,118	3	0,177	4	0,236
Ancaman									
1. Adanya inovasi produk getuk	0,113	1	0,113	2	0,226	3	0,339	4	0,452
2. Bergesernya minat konsumsi makanan tradisional ke modern	0,113	2	0,226	1	0,113	3	0,339	4	0,452
3. Kualitas singkong tergantung pada musim	0,096	3	0,288	1	0,096	2	0,192	4	0,384
4. Harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat	0,113	3	0,339	1	0,113	2	0,226	4	0,452
Total			2,117		1,811		2,871		3,201
Total TAS			5,273		3,131		5,998		5,598

Sumber: Analisis Data Primer (2023)

Prioritas strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan pada pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu adalah strategi III dengan nilai TAS tertinggi yaitu sebesar 5,998. Strategi III yaitu mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi. Penggunaan teknologi berbasis digital terus berkembang. Promosi maupun pemasaran saat ini sudah masuk ke era digitalisasi. Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu sudah memiliki akun media sosial Instagram sebagai media promosi. Namun, penggunaan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi belum dilakukan secara optimal. UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu dapat memanfaatkan pelatihan yang dilakukan

oleh pemerintah mengenai *digital marketing* untuk mengembangkan *skill* dalam promosi melalui sosial media. Akun sosial media yang aktif dan menarik akan menarik konsumen untuk mencari tahu mengenai produk yang ditawarkan sehingga produk akan lebih dikenal luas dan dapat meningkatkan penjualan.

SIMPULAN

Faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu. Kekuatan utama terletak pada UKM yang memiliki toko sendiri dengan lokasi strategis. Kelemahan utama terletak pada produk yang tidak tahan lama. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman. Peluang utama terletak pada adanya konsumen yang melakukan *repeat order*. Ancaman utama terletak pada harga bahan (gula) yang tidak stabil dan cenderung meningkat. Posisi Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu pada matriks IE berada dalam sel II yang merupakan tumbuh dan berkembang. Alternatif strategi yang memungkinkan untuk diterapkan ialah dengan mengoptimalkan potensi pasar yang ada, melakukan kerjasama dengan toko lain untuk memasarkan produk, mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi, dan membuat inovasi produk. Prioritas strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan yaitu mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi.

Saran yang dapat diberikan untuk pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu adalah dengan mengoptimalkan teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi untuk meningkatkan pemasaran. Promosi maupun pemasaran saat ini sudah masuk ke era digitalisasi sehingga para pelaku usaha dituntut untuk bisa beradaptasi dengan teknologi yang ada agar dapat mengembangkan usahanya. UKM Getuk Gondok Hj. Sri Rahayu dapat memanfaatkan dengan maksimal peran Pemerintah dengan mengikuti pelatihan yang ada terkait *digital marketing*. Teknologi berbasis digital (sosial media) sebagai media promosi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga untuk mengantisipasi produk getuk yang saat ini hanya dapat bertahan selama dua hari, UKM dapat melakukan inovasi produk dengan cara menambahkan bahan tambahan pangan pengawet yang diizinkan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia untuk digunakan, contohnya yaitu asam benzoat (*Benzoic acid*). Batas maksimum penggunaan bahan tambahan pangan pengawet diatur dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2013 Tentang Batas Maksimum Penggunaan Bahan Tambahan Pangan Pengawet.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian, dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2): 146-150.
- David, F. R., & David, F. R., (2017). *Strategic Management a Competitive Advantage Approach Concepts and Cases*. England: Pearson Education Limited.
- Eka, D., Diah, Y. M., Taufik, Bunga, C. A. C., Putriana, V. N., Febianti, D., Sari, D. P., Rosalinda, & Arifuddin, Z. (2022). Peranan Kompetensi SDM dalam Meningkatkan Industri UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(1): 39-44.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2): 157-172.

- Igga, Z., Harisudin, M., & Sundari, M. T. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Penjualan Tanaman Hias di Kota Surakarta. *Agrista*, 7(1): 22-31.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1): 13-20.
- Latief, N., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2021). Strategi SWOT dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2): 1146-1154.
- Lubis, F. A. (2021). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah. Medan: Umsu Press.
- Nainggolan, E. A. (2021). Effect of *Rhizopus oryzae* Fermentation on Characteristics of Fermented Cassava Flour. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 10(5): 86-89.
- Panggabean, A., & Sumiati. (2022). Analisis strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal kewirausahaan dan inovasi*, 1(2): 202-211.
- Purnomo, D., & Kusuma, M. P. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Singkong di Kota Salatiga. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 2(1): 50-59.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3): 308-316.
- Yusuf, M., Nurhamlin, Setiawan, Y., & Supeni, E. A. (2020). Decision Support System di Era 4.0 Teori dan Aplikasi Tools Analysis. Bogor: IPB Press.