

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN UKM SOSIS SUMIJAYA DITINJAU DARI ASPEK PEMASARAN DAN KEUANGAN

Eny Setyariningsih
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Majapahit
eny.se888@gmail.com

Abstrak

Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan suatu tindakan yang sangat penting untuk memajukan perekonomian sebuah negara termasuk negara Indonesia. UKM Sosis Sumi Jaya yaitu salah satu usaha kecil Menengah yang di daerah Kabupaten. Mojokerto yang menghasilkan berbagai jenis sosis kemudian dipasarkan ke berbagai tempat seperti di kantin sekolah, pondok pesantren, dan pasartradisional. Tetapi semua itu masih dalam skala kecil baik dari segi pemasaran maupun keuangannya. Oleh karena itu perlu dilakukan pengembangan agar menjadi UKM yang sukses dimasa mendatang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan UKM Sosis Sumi Jaya ditinjau dari aspek pemasaran dan aspek keuangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Dimana metode kualitatif untuk menganalisa pada aspek pemasaran dan metode kuantitatif untuk menganalisa aspek keuangan. Kemudian hasil dari analisa tersebut diuji dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembangan yang cocok dengan kondisi UKM tersebut. Hasil analisa yang diperoleh pada aspek pemasaran dan aspek keuangan menunjukkan bahwa UKM Sosis Sumi Jaya layak untuk dikembangkan. Dan dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang sebaiknya diterapkan oleh UKM Sosis Sumi Jaya yaitu strategi SO (Strengths- Opportunities). Strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Kata Kunci : Strategi pengembangan, aspek pemasaran, aspek keuangan, analisis SWOT.

Abstract

The development of Small and Medium Enterprises (SMEs) is a very important action to advance the economy of a country, including Indonesia. Sumi Jaya Sausage UKM is one of the Small Medium Enterprises in the Regency area. Mojokerto which produces various types of sausages is then marketed to various places such as school canteens, Islamic boarding schools and traditional schools. But all that is still on a small scale both in terms of marketing and finance. Therefore it is necessary to develop in order to become a successful SME in the future. The purpose of this study was to determine the development strategy of Sumi Jaya Sausage SMEs in terms of marketing aspects and financial aspects. The method used in this study is qualitative methods and quantitative methods. Where is the qualitative method to analyze the marketing aspects and quantitative methods to analyze financial aspects. Then the results of the analysis are tested using SWOT analysis to find out the development strategies that match the condition of the UKM. The results of the analysis obtained on the marketing aspects and financial aspects show that Sumi Jaya Sausage SMEs are worthy to be developed. And from the results of the SWOT analysis shows that the strategy that should be applied by Sumi Jaya Sausage SMEs is the SO strategy (Strengths-Opportunities). The SO strategy is a strategy that uses the power to make the most of opportunities.

Keywords: Development strategy, marketing aspects, financial aspects, SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Indonesia perlu mengembangkan aspek perekonomian agar mampu bertahan dalam segala kondisi, hal ini untuk mengantisipasi apabila terjadi fluktuasi perekonomian makro. Salah satu aspek perekonomian yang bisa dipertimbangkan pengembangannya yaitu Usaha Kecil Menengah (UKM). Pengembangan UKM menjadi suatu hal yang krusial mengingat UKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah Negara termasuk di Negara Indonesia

Dikatakan berperan penting bagi pertumbuhan perekonomian Negara karena UKM banyak menyerap tenaga kerja sehingga pengangguran semakin berkurang, jenis industri yang bersifat padat karya, bahan baku yang digunakan sebagian besar berasal dari SDA lokal (tidak impor).

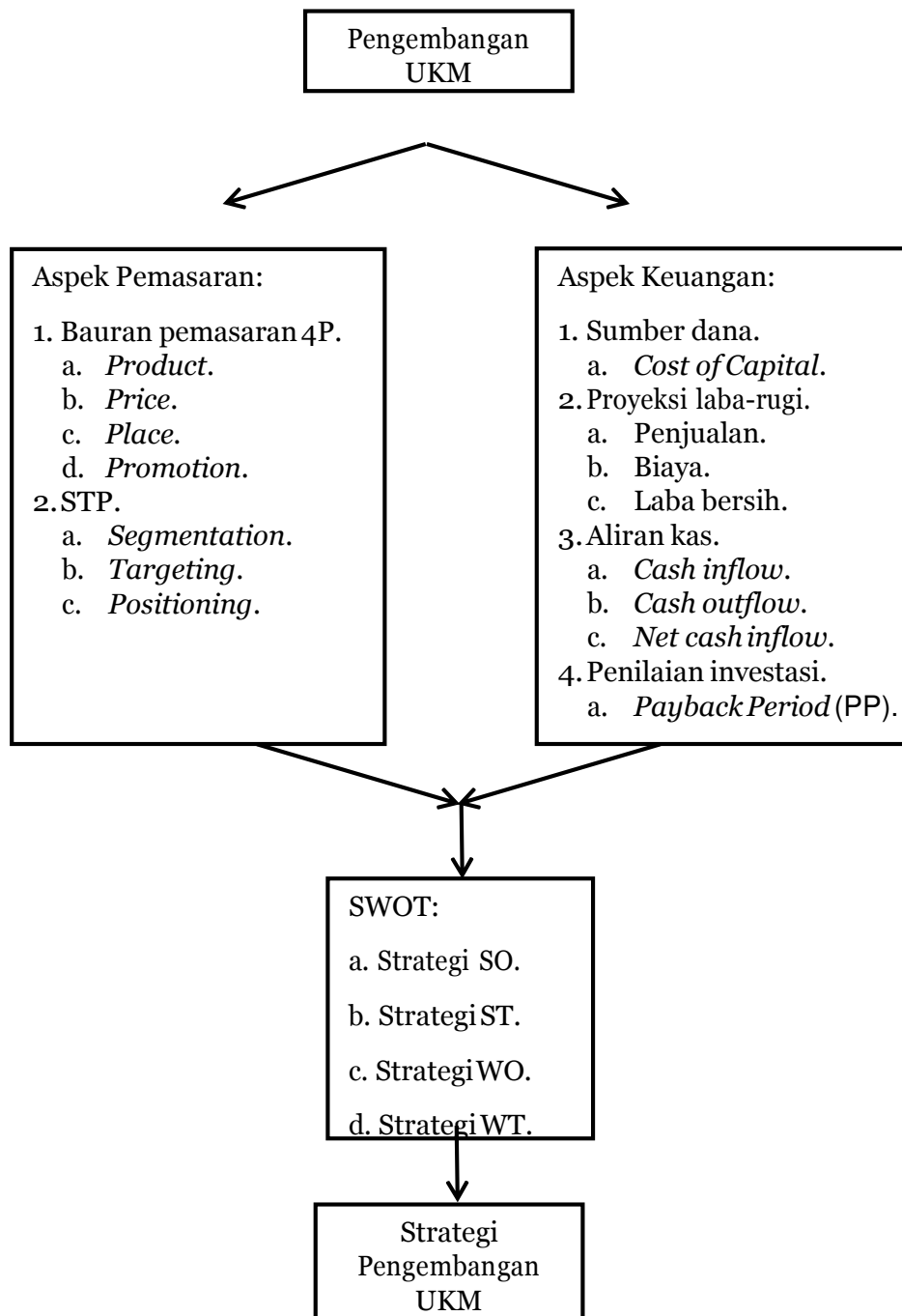
Tetapi di sisi lain, UKM juga mempunyai kelemahan diantaranya yaitu SDM karyawan rendah, pembagian kerja yang tidak tertata, proses pemasaran masih belum luas, modal usaha terbatas, tidak ada pembedaan antara harta usaha dan harta pribadi, tidak ada laporan keuangan usaha.

Di era sekarang, banyak masyarakat yang menggeluti UKM kuliner. Disamping makanan sebagai kebutuhan pokok, juga banyak ide-ide kreasi yang bisa dituangkan lewat sebuah makanan. Pelaku UKM biasanya memilih memproduksi sebuah produk makanan yang menghasilkan dan yang prosesnya lebih mudah serta efisien. Salah satu jenis industri makanan jadi yang berkembang di Indonesia adalah industri pengolahan makanan berbahan baku tepung terigu, seperti industri kue, roti, pasta, mie, biskuit, pizza dan lain-lain. Kepraktisan menjadi salah satu kelebihan makanan yang terolah dari tepung terigu karena mendukung aktivitas masyarakat modern yang semakin sibuk mereka untuk memilih makanan yang praktis untuk dikonsumsi dan menjadi makanan camilan yang banyak disukai anak-anak, dalam hal ini Sosis mie. Selain mengandung karbohidrat sebagai sumber tenaga, Tepung terigu merupakan makanan alternatif pengganti beras, hal ini didukung dengan adanya Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 14 Tahun 1974 dan disempurnakan pada Inpres Nomor 20 Tahun 1979.

UKM Sosis Sumi Jaya merupakan salah satu UKM yang memproduksi makanan camilan untuk anak-anak dan keluarga yang lagi booming pada masa sekarang maupun yang akan datang, walaupun masih dalam skala kecil. Sehingga perlu pengembangan pemasaran dan keuangan yang lebih luas agar bisa menjadi UKM yang sukses di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif, yang selanjutnya dianalisa sesuai dengan jenisnya. Analisis data kualitatif dilakukan pada aspek pemasaran. Dan analisis data kuantitatif dilakukan untuk menganalisis dari aspek finansial atau keuangan. Kemudian hasil dari pengolahan dua aspek tersebut diinterpretasikan secara deskriptif untuk menggambarkan tentang kelayakan pengembangan usaha, yang terlihat dalam gambar 1 berikut:



Penelitian “Analisa Pengembangan UKM Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Aspek Keuangan” yaitu dilakukan di UKM Sosis Sumi Jaya desa Warugunung Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto, Dengan teknik pengumpulan data pada penelitian wawancara dan pengamatan langsung yang akhirnya di dapat data primer dan data sekunder. Dengan Teknik Analisis menggunakan analisis 1) Deskriptif, 2) Rasio, 3) SWOT.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menganalisa pada aspek pemasaran, Kelayakan pengembangan usaha pada aspek pemasaran dapat diketahui melalui:

- Bauran Pemasaran 4P : *Product, Price, Place, Promotion.*
- STP : *Segmentation, Targeting, Positioning.*

2. Analisis Rasio

Menurut Ridwan dan Inge (2002) keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:90), penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Sumber-sumber dana yang akan diperoleh.
 - Modal sendiri.
 - Modal pinjaman.
- b. Kebutuhan biaya investasi.
 - Biaya prainvestasi.
 - Biaya pembelian aktiva tetap.
 - Biaya operasional.
- c. Estimasi pendapatan dan biaya investasi selama beberapa periode termasuk jenis-jenis dan jumlah biaya yang akan dikeluarkan selama umur investasi.
- d. Proyeksi neraca, laporan laba rugi dan arus kas.
- e. Kriteria penilaian investasi.
 - *Payback Period (PP).*
 - *Average Rate of Return (ARR).*
 - *Net Present Value (NPV).*

Analisis rasio digunakan untuk menganalisa pada aspek keuangan. Kelayakan pengembangan usaha pada aspek keuangan dapat diketahui melalui:

- Sumber dana : *Cost of Capital.*
- Proyeksi laba rugi : Penjualan, biaya, laba bersih.
- Aliran Kas : *Cash inflow, cash outflow, net cash inflow.*
- Penilaian investasi : *Payback Period (PP).*

3. Analisis SWOT

Menurut David Freed R. (2009:30) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Menurut Irham Fahmi (2013:270) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Jadi dari hasil analisis deskriptif pada aspek pemasaran dan analisis rasio pada aspek keuangan di masukkan ke SWOT untuk mengetahui hasil analisis dari faktor internal dan faktor eksternal. Setelah itu dari hasil SWOT tersebut baru bisa diketahui strategi pengembangan usaha yang cocok untuk digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran

A. Lingkungan Internal

1. Bauran Pemasaran 4P:

a. *Product* (Produk) dan Harga

Produk yang dihasilkan oleh UKM Sumi Jaya adalah sosis yang dibalut dengan mie dengan harga jual perbungkus Rp.5000

b. *Place* (Tempat atau Distribusi)

UKM Sumi Jaya berlokasi di Desa Warugunung Kecamatan Pacet Kab. Mojokerto. UKM Mojosari Bakery mempunyai 10 retailer yang sudah berlangganan membeli produknya. Pendistribusian produk kepada retailer dilakukan setiap hari (kecuali hari minggu) oleh distributor dengan kendaraan yang disediakan oleh UKM

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi atau penawaran produk Sosis mie dilakukan dengan cara personal selling yaitu menawarkan produknya secara langsung kepada retailer oleh marketing UKM Sumi Jaya.

2. STP:

Segmentation

Produk Sumi Jaya sudah menyebar di kalangan lingkungan sekolah, pondok pesantren, dan pasar di sebagian area Mojokerto. Sosis Sumi Jaya diperuntukkan pada semua jenis usia (balita, anak-anak, remaja, maupun dewasa), dan juga ditujukan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah.

Targeting

Seluruh masyarakat yang membutuhkan asupan gizi dan nutrisi pada saat di jam padat maupun luang sebagai makanan tambahan. Sasaran pendistribusiannya banyak dilakukan di lingkungan sekolah, lingkungan pondok pesantren, dan pasar tradisional. Strategi targeting pada Sosis Sumi Jaya adalah memberikan produk ke retailer sesuai jadwal pemesanan

Positioning

Sosis Sumi Jaya dengan bentuknya yang mini dan harga yang merakyat memposisikan diri sebagai sahabat konsumen dari semua kalangan dan semua

B. Lingkungan Eksternal

- Kebijakan pemerintah untuk membuat produk olahan pengganti nasi
- Konsumen selalu meningkat
- Harga produk pesaing lebih mahal
- Peningkatan pengetahuan akan gizi
- Peningkatan daya beli masyarakat

Aspek Keuangan

A. Analisis Kebutuhan dan Sumber Dana

Menganalisis kebutuhan dan sumber dana pada UKM Sosis Sumi Jaya, penulis menggunakan pendekatan Cost of Capital (COC). Kebutuhan dana UKM Sosis Sumi Jaya Biaya modal yang dikeluarkan pada bulan Januari 2018 yaitu sebesar Rp 26.000.000 yang digunakan untuk membeli mesin (frezer dan peralatan lainnya). Seluruh dana tersebut berasal dari pemilik modal

(pemilik UKM).

Proyeksi Laba Rugi

Tabel 1. Proyeksi Laba Rugi UKM Sosis Sumijaya Bulan Januari-Mei 2018

Komponen	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Penjualan	37.180.000	37.687.000	37.720.800	38.464.400	38.870.000
A. Biaya Tunai					
Biaya Produksi:					
Tepung terigu	4.446.000	4.472.000	4.550.000	4.498.000	4.524.000
Daging	1.924.000	1.950.000	2.028.000	2.054.000	2.002.000
Telur	338.000	364.000	468.000	494.000	520.000
Mentega	676.000	702.000	624.000	650.000	676.000
Improver	286.000	312.000	338.000	364.000	338.000
Minyak goreng	3.601.000	3.614.000	3.510.000	3.614.000	3.640.000
Plastik packing	2.730.000	2.756.000	2.704.000	2.756.000	2.782.000
Total Biaya Produksi	14.001.000	14.170.000	14.222.000	14.430.000	14.482.000
Biaya Operasional:					
Listrik	754.000	780.000	806.000	832.000	858.000
Elpiji	1.326.000	1.326.000	1.326.000	1.547.000	1.547.000
Gaji karyawan	10.400.000	10.400.000	10.400.000	10.400.000	10.400.000
Distribusi dan pemasaran	2.080.000	2.340.000	2.444.000	2.392.000	2.418.000
Total Biaya Operasional	14.560.000	14.846.000	14.976.000	15.171.000	15.223.000
B. Biaya Non Tunai					
Depresiasi fezer	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Depresiasi mesin adonan	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Depresiasi alat	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Depresiasi kendaraan	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000

Pajak	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Laba	7.339.000	7.391.000	7.242.800	7.583.400	7.885.000

Sumber : Data diolah peneliti.

Dari data laba rugi UKM Sosis Sumi Jaya diatas, dapat diketahui bahwa laba pada bulan Januari – Mei tahun 2018 mengalami fluktuasi. Akan tetapi fluktuasi yang terjadi tidak terlalu signifikan karena penurunan hanya terjadi pada bulan Maret dan pada bulan Februari, April dan Mei mengalami peningkatan.

Aliran Kas (*Cash Flow*)

Tabel 2. Proyeksi Arus Kas UKM Sosis Sumi Jaya Bulan Januari-Mei 2018

Komponen	Januari	Februari	Maret	April	Mei
Laba	7.339.000	7.391.000	7.242.800	7.583.400	7.885.000
Depresiasi	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Cash flow	8.589.000	8.641.000	8.492.800	8.833.400	9.135.000
Kas awal	18.500.000	1.089.000	9.730.000	18.222.800	67.056.200
Biaya modal	26.000.000	0	0	0	0
Kas akhir	1.089.000	9.730.000	18.222.800	27.056.200	36.191.200

Sumber : Data diolah peneliti.

Dari data cash flow UKM Sosis Sumi Jaya di atas dapat dilihat bahwa cash flow lebih banyak mengalami kenaikan daripada penurunan. Penurunan terjadi hanya pada bulan Maret, sedangkan pada bulan Februari, April dan Mei cash flow mengalami kenaikan.

Penilaian Investasi dengan *Payback Period* (PP)

Tabel 3. Hasil Perhitungan PP UKM Sosis Sumi Jaya

No.	Bulan	CF	CF Kumulatif
1	Januari	8.589.000	8.589.000
2	Februari	8.641.000	17.230.000
3	Maret	8.492.800	25.722.800
4	April	8.833.400	34.556.200
5	Mei	9.135.000	43.691.200

Sumber : Data diolah peneliti.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa *Payback* terjadi pada bulan ke 3. Untuk mengetahui periode yang diperlukan untuk menutup kembali pengeluaran biaya modal

/ investasi secara rinci dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Payback Period} &= n + \frac{a-b}{c-b} \times 1 \text{ tahun} \\ &= 3 + \frac{26.000.000 - 25.722.800}{34.556.200 - 25.722.800} \times 30 \text{ hari} \\ &= 3 + \frac{277.200}{8.833.400} \times 30 \text{ hari} \\ &= 3 + 0,9 \\ &= 3 + 1 \\ &= 3 \text{ bulan 1 hari.} \end{aligned}$$

Sedangkan umur ekonomis mesin adalah 5 tahun.

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa UKM Sosis Sumi Jaya membutuhkan waktu 3 bulan 1 hari untuk mengembalikan nilai investasi / biaya modal sebesar Rp 26.000.000. Hal ini menunjukkan usaha layak untuk dikembangkan dikarenakan waktu pengembalian investasi lebih kecil daripada umur ekonomis.

b. SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)

Tabel 4. Strategi Internal UKM Sosis Sumi jaya

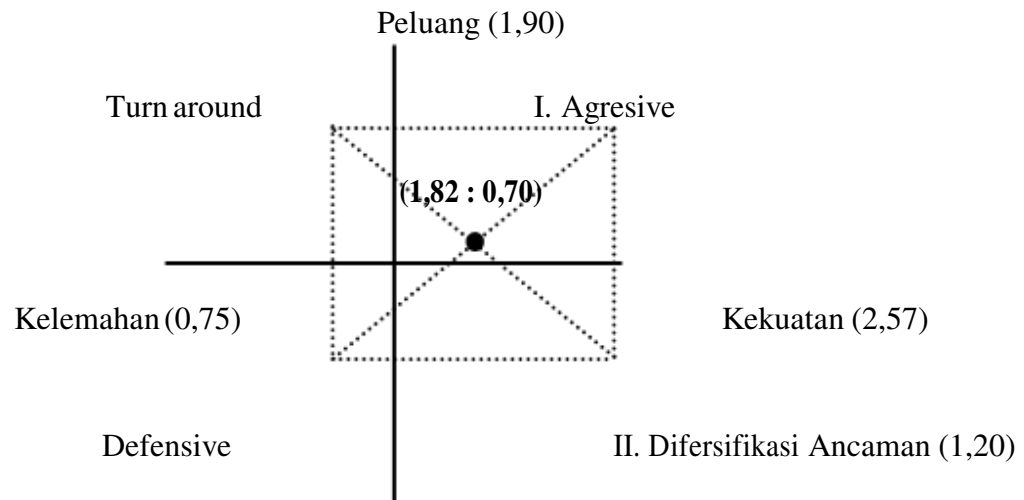
No.	Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot Nilai	Rating Nilai	Skor Nilai
Strengths (Kekuatan)				
1	UKM Sosis Sumi Jaya menghasilkan produk Sosis yang beraneka ragam.	0,15	4	0,60
2	Harga yang ditetapkan UKM Sosis Sumi Jaya relatif murah.	0,09	3	0,27
3	UKM Sosis Sumi Jaya memiliki <i>retailer</i> tetap	0,10	5	0,50
4	Volume penjualan Sosis Sumi Jaya selalu mengalami peningkatan.	0,18	4	0,72
5	Laba yang dihasilkan dari penjualan Sosis Sumi Jaya dapat menutup pengeluaran investasi kurang dari umur ekonomis.	0,16	3	0,48
Total Skor <i>Strengths</i> (Kekuatan)				2,57
Weaknesses (Kelemahan)				
1	UKM Sosis Sumi Jaya belum memiliki label pada kemasan yang bagus.	0,06	4	0,24
2	Proses pemasaran yang dilakukan UKM Sosis Sumi Jaya belum berjalan maksimal.	0,09	2	0,18
3	Pembagian kerja pada karyawan Maksimal.	0,04	3	0,12

4	Lokasi UKM Sosis Sumi Jaya kurang strategis.	0,05	1	0,05
5	Pencatatan laporan keuangan belum sempurna	0,08	2	0,16
Total Skor <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)				0,75
TOTAL		1	31	3,32

Tabel 5. Strategi Eksternal UKM Sosis Sumi Jaya

No.	Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot Nilai	Rating Nilai	Skor Nilai
<i>Opportunities (Peluang)</i>				
1	Teknologi semakin maju.	0,18	3	0,54
2	Kebanyakan masyarakat memilih makanan yang siap saji	0,15	4	0,60
3	Gaya hidup atau selera konsumen terhadap makanan kekinian	0,14	3	0,42
4	Konsumen yang selalu meningkat	0,05	2	0,10
5	Bahan baku mudah didapatkan.	0,08	3	0,24
Total Skor <i>Opportunities</i> (Peluang)				1,90
<i>Threats (Ancaman)</i>				
1	Banyak terdapat barang substitusi.	0,06	4	0,24
2	Kenaikan harga bahan baku.	0,18	3	0,54
3	Kejenuhannya konsumen terhadap suatu produk.	0,05	3	0,15
4	Banyaknya produk makanan ringan lainnya.	0,03	3	0,09
5	Harga pesaing yang murah	0,08	1	0,08
Total Skor <i>Threats</i> (Ancaman)				1,20
TOTAL		1	31	3,10

Sumber (Tabel 4. dan Tabel 5.) : Data diolah peneliti.



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT Tabel 6. Kombinasi Strategi Matrik SWOT

EFAS IFAS	<i>STRENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESSES (W)</i>
	<i>STRATEGI SO</i> 2,57 + 1,90	<i>STRATEGI WO</i> 0,75 + 1,90
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	4,47 I	2,65 III
<i>THREATS (T)</i>	<i>STRATEGI ST</i> 2,75 + 1,20 3,95 II	<i>STRATEGI WT</i> 0,75 + 1,20 1,95 IV

Sumber : Data diolah peneliti.

Hasil pada tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 4,47 pada posisi I yang memiliki arti bahwa strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

STRATEGI PENGEMBANGAN UKM Sosis Sumi Jaya

Strategi yang cocok digunakan untuk pengembangan UKM Sosis Sumi Jaya yaitu strategi SO (Strengths-Opportunities), adapun rincian dari strategi SO yakni sebagai berikut:

Pada aspek pemasaran strategi yang cocok untuk diterapkan yaitu:

- Menambah kreasi dan jenis Sosis yang sesuai dengan selera konsumen.
- Memberikan harga yang terjangkau untuk menarik konsumen.
- Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memperlancar hubungan komunikasi dengan

retailer dan agen bahan baku.

- II. Pada aspek keuangan strategi yang cocok untuk diterapkan yaitu:
 - a. Memanfaatkan kenaikan volume penjualan untuk membeli atau mendirikan bangunan tempat usaha di lokasi yang strategis.
 - b. Meningkatkan volume penjualan dengan mendapatkan laba dan bisa melakukan deversifikasi usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil analisa pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa “Strategi pengembangan UKM Sosis Sumi Jaya ditinjau dari aspek pemasaran dan aspek keuangan”.

1. Dilihat dari analisa aspek pemasaran , UKM Sosis Sumi Jaya mempunyai tingkat kekuatan dan peluang yang sangat besar untuk dikembangkan baik dari sisi pengembangan produk, Pengembangan strategi harga dan penggunaan teknologi untuk memperlancar dan meningkatkan produktifitas pengembangan usaha. Hal ini terbukti dari nilai strategi SO dengan nilai tertinggi 4,47 pada posisi I yang memiliki arti bahwa strategi ini dapat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Dari Aspek keuangan, Laba yang di dapat mampu mengembalikan modal investasi lebih cepat , terbukti dengan perbandingan umur ekonomis mesin atau alat selama 5 tahun sedangkan tingkat pengembalian modal atau investasi hanya membutuhkan waktu 3 bulan 1 hari

DAFTAR RUJUKAN

David, Fred R. (2009) Manajemen Strategis Konsep Edisi 12. Salemba Empat, Jakarta.

Fahmi, Irham. 2013. “Pengantar Manajemen Keuangan”Bandung : Alfabeta.

Inpres Nomor 20 Tahun 1979, <https://www.hukumonline.com>

Kasmir, Jakfar. (2012). Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi. Jakarta : Kencana

Ridwan S. Sundjaja dan Inge Barlian, 2002, Manajemen Keuangan Satu, Edisi Keempat,Prenhallindo, Jakarta