

ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI TERHADAP DAYA SAING PADA MINUMAN RINGAN STUDI KASUS PADA *HOME INDUSTRY MELATI/JEKI*.

LEONARDO
Rizal R. Manullang
Medinal

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract- *UMKM are one of the backbone of the Indonesian economy, this was evident when Indonesia succeeded in surviving the economic crisis in 1998. Large companies that were expected to survive at the time of the crisis failed. UMKM are small-scale, local scale community economic sectors, local resources and simple production processes and products sold on a local scale have made UMKM succeed in moving and surviving in the midst of the economic crisis. Melati Home Industry is one of the UMKM engaged in the specialty of Bangka drinks. This small and medium-sized business produces key orange drinks traditionally using human resources in the production process. Apart from the Home industry Melati there are many competitors who are engaged in the same field, namely in the field of Bangka specialty to be able to survive in this competition, namely in the field of typical Bangka drinks, Home Industry Melati must have a good business strategy. Therefore, to have a good business strategy and to be able to compete, Home Industry Melati must analyze several factors in order to determine business strategy, namely by analyzing the internal environment (finance, human resources, production, marketing), external environmental analysis (suppliers, consumers and competitors) and SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities and threats).*

Keywords : *UMKM, Internal Enviroment Analysis, External Enviroment Analysis, SWOT*

I. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) atau yang dikenal sekarang dengan home industry merupakan salah satu peyumbang perekonomian di Indonesia yang cukup besar. Ketika krisis moneter pada tahun 1998 perekonomian Indonesia menjadi terpuruk home industry membuktikan bahwa ia mampu menghadapi krisis ekonomi 1998 di saat perusahaan perusahaan besar yang di harapkan mampu bertahan saat itu, tetapi kenyataanya banyak yang runtuh akibat kriris ekonomi ketika itu, dan hanya home industry yang berasal dari masyarakat kecil dengan produk lokal serta sumber daya lokal dengan teknologi yang sederhana yang di jual sekala lokal yang mampu bertahan di kala itu.

Dengan situasi ini membuktikan bahwa home industry mampu betahan melawan krisis ekonomi, mungkin karena home industry mempunyai ciri struktur organisasi dan sumber daya manusia home industry yang lebih fleksibel dalam menghadapi pasar yang tidak stabil. Dengan kata lain, kemampuan ini juga menjadi dasar bahwa pengembangan home industry dapat menjadi andalan dalam membangun perekonomian daerah, seperti yang telah tercantum di dalam Rencana Strategi Kementerian Koperasi dan UKM Republik

Indonesia Pada Tahun 2015-2019 (2015); yaitu berdasarkan tingkat produktivitas dan kebutuhan untuk meningkatkan jumlah usaha kecil dan menengah, maka peningkatan produktivitas usaha mikro dijadikan sebagai target pemberdayaan home industry ke depan.

Peran usaha mikro kecil dan menengah juga perlu di tingkatkan dengan memperbanyak jumlah produksi di dalam negeri, dan masuk kedalam pasar ekspor dan investasi. Kebjiakan program dan kegiatan peningkatan daya saing home industry juga harus berpedoman pada UU No.20/2008 secara lengkap, yang di dukung dengan membangun dan menjalin kerja sama yang menghasilkan sumber daya yang tersedia. Dalam menjalankan kebijakan itu juga perlu di dorong dengan sistem pemberdayaan home industry yang tersusun rapi sehingga masalah strategi yang di hadapi home industry dapat di kelola dengan efektif.

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang meningkat sekarang ini para pelaku usaha di indonesia mempunyai banyak peluang dalam membuat tempat usaha yang baru baik usaha makanan atau minuman. Dan salah satu usaha yang sedang kekinian dan berkembang pesat saat ini adalah usaha industri minuman. Produk minuman kini telah banyak dijual di swalayan, pusat perbelanjaan, gerai-gerai minuman maupun yang dijual di pinggir jalan.

Home industry atau industri rumahan di Pangkalpinang saat ini sudah mulai berkembang di berbagai jenis bidang, seperti menjual produk dan jasa. Produk yang di tawarkan yaitu makanan dan minuman. Pangkalpinang di kenal dengan tempat wisata sehingga tempat ini cocok untuk pertumbuhan home industry. Selain tempat wisata pangkalpinang dikenal juga dengan makanan serta minumannya yang khas.

Home industry Minuman ringan JEKI merupakan home industry yang bergerak di bidang produksi minuman sirup jeruk kunci asli Bangka. Home Industry Melati adalah salah satu dari sekian banyak usaha industri minuman Khas Bangka berbahan dasar jeruk kunci yang hadir di kota Pangkalpinang. Melihat perkembangan dari usaha minuman berbahan dasar jeruk kunci yang ada di Kota Pangkalpinang, banyak bermunculan merek minuman Khas Bangka di Kota Pangkalpinang. Dengan banyaknya pelaku usaha jenis minuman Khas Bangka, maka persaingan akan terjadi antara pelaku usaha dengan pelaku usaha baru minuman yang menjadi semakin ketat. Dalam perkembangan usaha minuman Khas Bangka ini, Home Industry Melati menghadapi berbagai kendala/masalah yang harus dihadapi.

Adapun tujuan dari peneliti ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lingkungan internal terhadap Daya saing Home Industry Melati
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Lingkungan internal terhadap Daya saing Home Industry Melati
3. Untuk mengetahui SWOT yang di miliki oleh Home Industry Melati.

II. LANDASAN TEORI

Daya Saing

Porter (1995) mengatakan: “competition is at the core of the success or failure of firms”. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Menurut Muhardi (2007), “Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.”

Klarifikasi Daya Saing

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah:

1. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Menurut Sunarto (2004) letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil.

2. Harga

Menurut Sunarto (2004) harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga menentukan apakah sebuah supermarket, minimarket, atau swalayan banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang atau jasa yang diinginkannya seorang konsumen harus rela membayar sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif bias any harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi yang di kutip oleh Irawan (2008).

3. Pelayanan

Program pelayanan / service seringkali menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola supermarket/minimarket. Pelayanan melalui produk berarti

konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan produk yang ada, produk yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan (trolley atau keranjang belanja), tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.

4. Mutu atau kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Berkenaan dengan kualitas produk, Muhardi dalam bukunya Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing mengutip pendapat Adam dan Ebert yang menyatakan “product quality is the appropriateness of design specifications to function and use as well as the degree to which the product conforms to the design specifications”. Kualitas produk ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan produk itu sendiri, dan juga kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

5. Promosi

Semakin sering suatu supermarket/swalayan melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain. Sunarto (2004) mengatakan bahwa promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat, atau yang lebih kuat.

dimensi tersebut lebih lanjut diterangkan oleh Muhardi (2007) lengkap dengan indikatornya sebagai berikut :

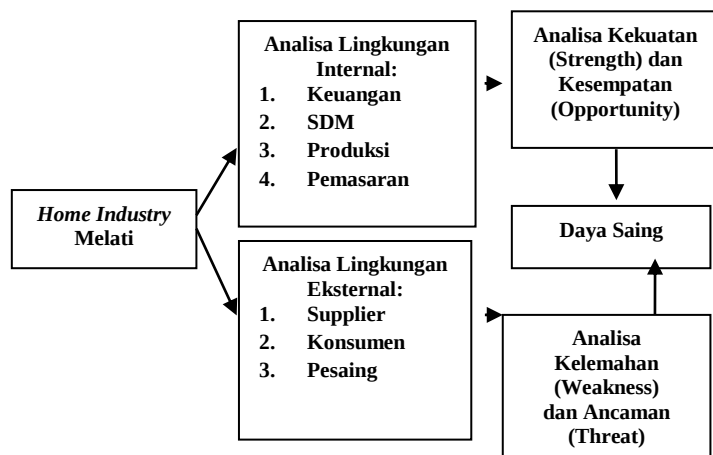
1. Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. Unsur daya saing yang terdiri dari biaya merupakan modal yang mutlak dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan) yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.
2. Kualitas seperti yang dimaksudkan oleh Muhardi adalah merupakan dimensi daya saing yang juga sangat penting, yaitu meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Tampilan produk dapat tercermin dari desain produk atau layanannya, tampilan produk yang baik adalah yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Jangka waktu penerimaan produk dimaksudkan dengan lamanya umur produk dapat diterima oleh pasar, semakin lama umur produk di pasar menunjukkan kualitas produk tersebut semakin baik. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk .

3. Waktu penyampaian merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk. Ketiga indikator tersebut berkaitan, ketepatan waktu penyampaian produk dapat dipengaruhi oleh ketepatan waktu produksi dan lamanya waktu tunggu produksi.
4. Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :

GAMBAR 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah oleh Peneliti (2019)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dapat dilihat melalui jenis data yang diperoleh penelitian ini bersifat kualitatif. Meleong, mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2010).

Menurut Darmadi (2013), metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Dapat disimpulkan bahwa Penelitian Kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisa masalah yang sedang berlangsung dan akan berubah seiring berjalannya waktu yang mempengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan menggambarkan penelitian dengan kata-kata dan pernyataan secara tertulis berdasarkan yang diamati. Jenis penelitian digunakan oleh penulis kualitatif deskriptif maka data yang di himpun tidak berbentuk

angka melainkan di gambarkan melalui kata-kata dan pernyataan dan dalam bentuk konsep.

Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di UPPKS MELATI yang beralamat Belakang Masjid al-ittifaqdi, Gang Pelita, Jalan Jendral sudirman, RT 03 RW 01 Kelurahan Selindung Baru, Kecamatan Gabek, Pangkalpinang. Penelitian ini di setuju langsung dengan pemilik UPPKS MELATI sesuai dengan waktu penelitian berlangsung yaitu pada bulan Maret 2019 sampai Juni 2019.

Jenis Data

Data- data yang digunakan dalam penelitian antara lain:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang di dapatkan secara langsung dari narasumber. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koisioner disebarkan melalui internet (Uma Sekaran, 2011)

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang di kumpulkan secara tidak langsung dari narasumber melainkan melalui sebuah media. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011).

3. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto (Sugiyono, 2015).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengumpulan data melalui metode wawancara.

Metode wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Supardi, 2006). Untuk memperoleh data primer maka akan diambil bentuk wawancara tidak berstruktur dengan pertanyaan yang bersifat terbuka sehingga memberikan keleluasaan bagi responden untuk memberi pandangan secara bebas dan memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan secara mendalam.

2. Melakukan observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004).

3. Mencari informasi dengan studi literatur dan studi pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori (Arikunto, 2006)

- Menghubungkan hasil observasi dan studi literatur dengan beberapa faktor pendukung dan kelemahan yang akan menimbulkan pengaruh terhadap hasil penelitian. Kemudian melakukan analisa masalah dengan metode yang telah di pilih antarlain analisa lingkungan intenat dan eksternal serta SWOT dari Home industry Melati, yang bertujuan untuk penentuan strategi yang tepat. hasil analisa akan menjadi kesimpulan penelitian ini dan juga merekomendasikan strategi yang cocok untuk Home Industry Melati.

Analisa Lingkungan Internal

Analisa lingkungan internal pada Home Industry Melati difokuskan pada faktor:

- Keuangan**
Menganalisa sumber pendapatan dan pengeluaran serta besaran profit yang diperoleh Home Industry Melati.
- Sumber Daya Manusia**
Menganalisa jumlah karyawan yang bekerja di dalam Home Industry Melati serta mengetahui pekerjaan karyawan secara detail.
- Produksi**
Menganalisa proses produksi produk Home Industry Melati secara detail yaitu mulai dari pengolahan dari awal pengolahan sampai siap untuk dipasarkan.
- Pemasaran**
Menganalisa pemasaran produk siap jual dari Home Industry Melati beserta perusahaan yang menjadi mitra penjualan produk Home Industry melati.

Analisa Lingkungan Eksternal

Analisa lingkungan eksternal pada Home Industry Melati yang meliputi pada faktor:

- Supplier.**
Menganalisa ancaman apa yang timbul dari pihak supplier.
- Konsumen.**
Menganalisa ancaman apa yang timbul dari sudut pandang Konsumen.
- Pesaing.**
Menganalisa ancaman yang datang dengan munculnya industri yang bergerak di bidang serupa.

Analisa SWOT

Analisa SWOT pada Home Industry Melati dari beberapa bagian:

- Strength (Kekuatan)**
Menganalisa kekuatan yang di miliki oleh Home Industry Melati.
- Weakness (Kelemahan)**
Menganalisa kelemahan yang dimiliki oleh Home Industry Melati.
- Opportunity (Peluang)**
Menganalisa peluang yang dimiliki oleh Home Industry Melati untuk dapat menghadapi persaingan.
- Threat (Ancaman)**
Menganalisa ancaman yang menyerang baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan.

IV. PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Selain sumber daya keuangan, sumber daya manusia suatu usaha menjadi faktor penting di dalam menghadapi persaingan di dalam suatu industri. Sumber daya manusia itu berbeda-beda dan tidak mudah ditiru oleh para pesaing di dalam industri yang sama. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Home Industry Melati sebagai berikut:

Tabel 1
Job Description dari Tenaga Kerja Home Industry Melati

No.	Nama Lengkap	Jabatan	Peran dalam usaha	Pengalaman Kerja
1	Sri Yunita	Pemilik/Owner & Bagian SDM	memiliki wewenang untuk melakukan seluruh kegiatan produksi	Pendirian ikatan UMKM Bangka.
2	Supini	Bagian Keuangan	Bertanggung jawab terhadap transaksi keuangan usaha Home industry melati.	Pengelola ikatan keuangan UMKM bangka
3	Nurbaiti Yusniar	Bagian Produksi	bertanggung jawab terhadap jalannya produksi dari mulai persiapan bahan baku sampai barang jadi, hingga pengemasan produk	
4	Hj. Zunaidah Suniati	Bagian Pemasaran (Marketing)	bertanggung jawab dalam merumuskan strategi pemasaran yang akan digunakan, mengawasi implementasi dari strategi pemasaran, menjalin kerjasama yang baik dengan konsumen.	

Sumber: Data Internal Home Industry Melati, Pangkalpinang (2019)

2. Keuangan

Di samping sumber daya manusia, keuangan menjadi salah satu sumber kekuatan utama bagi perusahaan untuk tetap eksis di dalam persaingan bisnis yang dijalaninya. Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah. Demikian pula dengan Home Industry Melati, Pangkalpinang, bagian keuangan menjadi tanggung jawab

pihak pengelola keuangan di bawah kendali Ibu Supini dan diawasi secara langsung oleh Ibu Sri Yunita. Seluruh pendapatan dan pengeluaran Home Industry Melati selama tahun 2016 – 2018 dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel. 2

Data Keuangan Home Industry Melati per Tahun 2016 – 2018
Sumber: Home Industri Melati (2019)

Tahun	Income	Biaya Operasional			Profit
		Biaya Gaji	Biaya Pemeliharaan (perlengkapan & Mesin)	Biaya Lain – Lain (PLN, kebersihan)	
2016	150.000.000	108.000.000	3.600.000	4.800.000	33.600.000
2017	178.000.000	126.000.000	3.950.000	5.020.000	43.030.000
2018	204.000.000	144.000.000	4.150.000	5.520.000	50.330.000

Biaya operasional yang harus ditanggung Home Industry Melati berupa biaya gaji, biaya pemeliharaan, dan biaya lain – lain. Prosentase terbesar dari biaya gaji sedangkan prosentase terkecil dari biaya pemeliharaan Home Industry Melati.

Dengan banyaknya jumlah pesaing di dalam pasar industri yang sama yang berakibat semakin bersaingnya harga produk Minuman jeruk kunci dari masing – masing tempat usaha, maka oleh Home Industry Melati, profit dari Home Industry Melati per tahun adalah puluh juta rupiah. Profit per tahun tersebut, sejalan dengan strategi jangka panjang yang dijalankan akan dialokasikan sepenuhnya untuk mengembangkan usaha Home Industry Melati.

3. Pemasaran

Di dalam melakukan proses pemasaran produknya, Home industry Melati bekerjasama dengan toko–toko di wilayah Pangkalpinang dan sekitarnya. Tabel berikut ini adalah daftar nama toko–toko yang menjalin kerjasama dengan Home industry Melati untuk memasarkan produk mereka.

Tabel. 3

Daftar Nama Yang Bekerjasama Dengan Home Industry Melati

No.	Nama konsumen	Lokasi Konsumen
1.	Kantor Pemerintahan	Pangkalpinang
2.	Fegojes	Shopee.com, blanja.com Online shop
3.	Herlinda	Shopee, Online shop
4.	Pesona Nusantara	Blibli.com dan website mereka sendiri
5.	Snack Melati	Tokopedia.com, Online shop
6.	Yunna Snack	Pangkalpinang
7.	Sundoro789	Shopee.com, Online shop
8.	CKK	Jl. Sapri Rahman, Pangkalpinang
9.	Toko Uppks Melati	Selindung, Pangkalpinang

Sumber: Data Pemasaran Home industry Melati(2019)

Terdapat 4 Konsumen yang bekerjasama dengan Home Industry Melati. Toko yang menjadi Konsumen yaitu berpusat di wilayah sekitar Pangkalpinang diantara lainnya di

perimerintahan diseputaran wilayah pangkalpinang, serta di wilayah air mangkok pangkalpinang, juga ada yang berada di jl. Sapri Rahman Pangkalpinang dan di alun-alun taman merdeka

Di samping 4 toko oleh–oleh di seputaran Pangkalpinang tersebut, Home Industry Melati juga melakukan kerjasama dengan 5 toko online shop Antara lain 3 berada di online shop shopee dan 1 berada di Tokopedia serta satunya mempunyai website sendiri .

4. Produksi

Proses Pengolah Jeruk Kunci

1. Pemetikan Jeruk kunci dan proses sortasi dengan tingkat kematangan yang siap untuk di produksi.
2. Proses perendaman dan pencucian jeruk kunci untuk menjaga kebersihan dan kualitas jeruk kunci.
3. Jeruk kunci disaring dan kemudian ditiriskan hingga kering.
4. Jeruk kunci kemudian di potong menjadi dua.
5. Jeruk kunci yang sudah melalui proses pemotongan kemudian di peras menggunakan mesin pemeras.

Proses pembuatan sirup jeruk kunci

1. Masukan air sesuai takaran kemudian tunggu air sampai mendidih kedalam tungku.
2. Setelah itu masukan gula jeruk kunci yang telah disiapkan dan aduk-aduk sampai merata.
3. Setelah merata gula jeruk kunci kemudian masukan sari jeruk kunci yang telah di peras kedalam tungku yang telah diisi air dan gula jeruk kunci dan diaduk-aduk sampai hingga semua bahan tercampur dengan rata dengan rentang waktu kurang lebih 40 menit.
4. Setelah pengadukan kurang lebih 40 menit maka sirup jeruk kunci telah matang dengan sempurna.
5. Sirup jeruk kunci di dinginkan terlebih dahulu untuk mendapatkan kualitas yang bagus yang sesuai dengan standar jual.
6. Setelah dingin maka di lakukan pengemasan dengan wadah botol yang telah di sediakan
7. Sirup jeruk kunci yang telah siap untuk di pasarkan.

Analisis Lingkungan Eksternal

1. Supplier

Pemasok atau supplier merupakan mitra bisnis yang memegang peranan sangat penting dalam menjamin ketersediaan barang pasokan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Menurut Wikipedia, supplier atau pemasok adalah uatu lembaga, perorangan, atau pihak ketiga yang menyediakan bahan, produk, maupun jasa untuk diolah, dijual kembali, atau digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan tersebut.

Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku sirup jeruk kunci yang menjadi produk dari Home Industry Melati, diperlukan peran beberapa pemasok atau supplier. Tabel berikut ini adalah para pemasok yang bekerja sama dengan Home Industry Melati di dalam jasa penyuplai bahan baku yang digunakan di dalam memproduksi sirup jeruk kunci.

Tabel. 4

Supplier Bahan Baku

No.	Nama	Bahan Mentah	Lokasi
1.	Acan	Jeruk Kunci	Area pangkalpinang
2.	Atet	Air	Pangkal balam, Pangkalpinang
3.	Atet	Gula Jeruk kunci	Pangkal balam, Pangkalpinang

4	Bolesa	Kemasan	Semabung, Pangkalpinang
---	--------	---------	----------------------------

Sumber: Hasil Wawancara dengan Pemilik Usaha (2019)

Home Industry Melati, Pangkalpinang menjalin hubungan kerjasama dalam penyuplaian jeruk kunci untuk bahan utama produksi Home Industry Melati dengan Pengepul Acan. Pengepul Acan mengumpulkan di area Pangkalpinang. Untuk keperluan penyediaan air dan gula jeruk kunci Home Industry Melati bekerjasama dengan pemasok lokal yang berada di kawasan Pangkal balam, Pangkalpinang.

Atet bertanggung jawab sebagai penyedia kebutuhan air dan gula jeruk kunci serta Bolesa sebagai penyedia botol untuk Home Industry Melati yang berguna sebagai wadah dan kemasan minuman jeruk kunci mereka. Jalinan kerjasama di antara Home industry melati dan ketiga pemasok tersebut di atas telah terjalin sejak lama sehingga kepercayaan antara satu sama lain telah terbentuk.

2. Pelanggan/Konsumen

Pelanggan Home industry Melati, Pangkalpinang adalah pemilik-pemilik toko, toko yang menjual oleh-oleh makanan tradisional khas Bangka pada khususnya. Data pelanggan beserta jumlah produk dari Home industry Melati didistribusikan per toko tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel. 5
Jumlah Pendistribusian Barang/Toko

No.	Nama Toko	Jumlah sirup/botol (300 ml)
1	Kantor Pemerintahan	350
2	Fegojes	400
3.	Herlinda	200
4	Pesona Nusantara	400
5	Snack Melati	200
6	Yunna Snack	20
7	Sundoro789	300
8	CKK	30
9	Toko Uppks Melati	500

Sumber: Hasil Wawancara dengan Pemilik Usaha (2019)

Per satuan produk yang didistribusikan di tiap toko mempunyai ukuran 300ml per botol. Terdapat dua toko yang mengambil produk sebanyak 400 Botol, yaitu Fegojes, dan Pesona Nusantara serta yang mengambil 200 botol hanya 2 toko yaitu Herlinda dan toko online mereka sendiri yaitu Snack Melati Sedangkan untuk pengambilan sebanyak 20 botol hanya dilakukan oleh Toko Yunna Snack dan toko CKK mengambil 30 botol.

Kantor Pemerintahan 350 botol produk Home Industry Melati untuk di konsumsi sendiri. Kemudian 1 toko online yang mengambil sebanyak 300 untuk di jual kembali,. Home Industri Melati juga membuka toko sendiri yang di kelola pemilik dan seksi pemasarannya.

3. Pesaing

Home Industry Melati harus bersaing dengan sejumlah kompetitor yang bergerak di dalam bidang yang serupa dan bahkan menjual produk yang serupa atau sama.

Tabel berikut ini menyajikan data mengenai nama-nama Home Industry yang menjadi pesaing dari Home Industry Melati, Pangkalpinang yang bergerak di dalam industri bisnis pembuatan minuman sirup jeruk kunci, yaitu:

Tabel. 6
Daftar Pesaing, Produk Pesaing dan Harga

N o	Nama Usaha	Lokasi Usaha	Produk	Harga (Rp)	Gambar Produk
1	Mirrando	Jl. Aduma Bukit Merapin Pangkalpinang.	Minuman Jeruk Kunci	Rp 25.000	
2	Aliana	Jl. K.H. Wagid Hasyim, simpang perlang koba, Bangka tengah	Minuman Jeruk Kunci	Rp 20.000	

Sumber: Data Internal Home Industry Melati, (2019)

Pesaing pertama dari Home Industry Melati adalah Home Industry Mirrando yang berlokasi di Pangkalpinang. Home Industry Mirrando telah berdiri selama kurang lebih 7 tahun dan memproduksi produk yang serupa dengan produk dari Home Industry Melati, yaitu: Sirup Jeruk kunci. Menurut data yang dihimpun sebagai hasil dari wawancara pemilik dan observasi tinjauan lokasi, Home Industry Mirrando melakukan proses produksi di dalam rumah dengan beberapa orang karyawan.

Home Industry Aliana adalah Home Industry pesaing kedua dari Home Industry Melati. berlokasi di daerah Merapin Pangkalpinang. Home Industry Aliana telah berdiri dan beroperasi sejak tahun 2001. Sirup jeruk kunci adalah andalan dari Home Industry Aliana, sama halnya dengan produk andalan Home Industry Melati. Home Industry Aliana menjalankan proses produksi di rumah dengan dibantu oleh beberapa karyawan.

Analisa SWOT

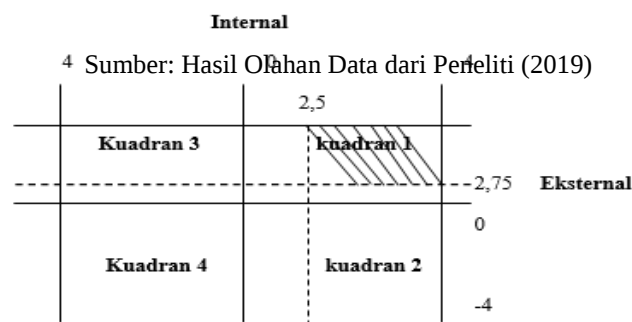
Tabel. 7
EFE & IFE Home Industry Melati Profile

Unsur	Bobot Proporsi	Rating	Nilai
Peluang (Opportunities)			
Pembeli yang berasal dari semua kalangan dengan rentang anak-anak hingga dewasa.	0,15	4	0,60
Dekat dengan pusat keramaian seperti Bioskop dan Universitas.	0,10	3	0,30
Dapat dengan mudah mempromosikan usaha melalui sosial media online.	0,15	4	0,60
Minuman yang menjadi ciri khas Bangka.	0,15	3	0,45
Ancaman (Threats)			
Switching cost antar produk sejenis pesaing yang terlalu rendah.	0,20	1	0,20
Banyaknya Pendatang Baru yang masuk.	0,10	1	0,10
Membuka usaha minuman jeruk kunci dengan modal terbatas	0,10	1	0,10
Mudahnya mendapatkan pemasok bahan baku dan bahan baku alternatif.	0,05	3	0,15
Jumlah	1		2,5
Unsur	Bobot Proporsi	Rating	Nilai
Kekuatan (Strength)			
Lokasi yang berada pada pusat keramaian dekat pemukiman dan jalan protokol.	0,15	3	0,45
Bahan baku selalu segar dan terpilih, berkualitas dan mudah didapat.	0,20	4	0,80
Harga produk yang lebih murah dan terjangkau dari pesaing	0,15	4	0,60
Harga mayoritas sepadan namun untuk pelanggan setia seringkali pemilik memberikan potongan harga.	0,10	3	0,30
Kelemahan (Weaknesses)			
Pegawai keterbatasan pegawai hanya 2 orang yang berpengalaman dan sisa masih belum mempunyai pengalaman di bidang serupa.	0,10	1	0,10
Atribut promosi kurang dapat dilihat karena masih sedikit dan kurang menarik.	0,10	2	0,20
Masih menggunakan tenaga manusia untuk produksinya..	0,10	1	0,10
Tempat usaha yang tidak terlalu besar menjadi kendala apabila banyak pesanan	0,10	2	0,20
Jumlah	1		2,75

Sumber: Hasil Olahan Data dari Peneliti (2019)

Penentuan Strategi Perusahaan

Gambar. 1
Penentuan Strategi Perusahaan



Berdasarkan Gambar V.14 diatas menunjukkan bahwa penentuan strategi perusahaan terletak pada kuadran 1 yang berarti Home Industry Melati berada di posisi Agresif. Strategi yang tepat pada posisi ini adalah Pertumbuhan (Growth Oriented Strategy). Artinya Home Industry Melati memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan dengan baik peluang tersebut dengan pelatihan pegawai, menambah varian produk baru dengan melakukan inovasi pada produk, menggunakan peralatan baru dengan teknologi canggih lalu memperbanyak atribut promosi dan memperluas tempat usaha.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dijelaskan, maka menghasilkan suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Analisis Lingkungan internal menunjukkan bahwa Keuangan, SDM, Produksi & Pemasaran Berkontribusi besar terhadap persaingan antar pelaku usaha agar mampu bersaing, serta yang mempunyai peran besar pada bagian pemasaran dan produksi.
2. Berdasarkan Analisis Lingkungan eksternal menunjukkan bahwa Supplier, konsumen & pesaing berkontribusi besar terhadap profit usaha minuman Home Industri Melati.
3. Berdasarkan Analisis SWOT menunjukkan bahwa External Factor Analysis usaha Home Industri Melati memiliki total nilai 2,5 sedangkan Internal Factor Analysis usaha Home Industri Melati memiliki total nilai 2,75. Berdasarkan hasil tersebut diagram SWOT pada Home Industri Melati berada pada kuadran I (Satu) yaitu posisi Agresif.

Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan diatas, maka Peneliti memberikan beberapa saran bagi Pemilik Usaha sebagai berikut.

- 1) Dengan bertambahnya jumlah pembeli dan banyaknya permintaan maka Pemilik dapat memperluas tempat usahanya untuk mempermudah proses produksi.
- 2) Menambah varian rasa baru agar menu pilihan pembeli lebih banyak.
- 3) Pemilik diharapkan dapat lebih sering promosi agar dapat lebih di kenal banyak orang.
- 4) Menggunakan alat yang lebih modern dan canggih agar proses pembuatan minuman jeruk kunci lebih cepat.
- 5) Menggunakan lebih banyak media sosial seperti Twitter atau Instagram dan Facebook sebagai alat promosi.
- 6) Peneliti menyarankan bagi Penelitian selanjutnya agar dapat dilanjutkan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- 1] A.F Stoner, James dan Edward Freeman (eds), Manajemen Jilid 1, terj. Alexander Sindoro, Jakarta: Pt Prahallindo, 1996
- 2] Algifari. 2003. Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis, Penerbit Unit dan Percetakan.
- 3} Alters, Sandra M (2010). Abortion : An Eternal Social and Moral Issue. Texas : GALE CENGAGE Learning.
- 4] Anam, Huda. 2012. Analisis Pendekatan Strategi Keunggulan Bersaing Pada PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk . Kediri
- 5] Azhar Arsyad, M.A. 2002. Media Pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- 6] Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung: 2018
- 7] Bambang, Hariadi. 2005. Strategi Manajemen. Jakarta : Bayumedia Publishing.
- 8] Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, 2003. Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian, Jakarta : Grasindo.
- 9] David, Fred R. 2005. Manajemen Strategis: Konsep. Jakarta : Salemba Empat.
- 10] David, Fred R. 2011. Strategic Management, Buku 1. Edisi 12 Jakarta
- 11] Falah, Alifiyah. 2011. Implementasi Strategi Bersaing Dalam Menarik Minat Nasabah. Malang
- 12] Hamel Dan Prahalad. Management. New Delhi: Tata