

Analisis SWOT pada UMKM Jamu Kenya Klaten

Bartolomeus Galih Visnhu Pradana¹, Agatha Mayasari²

^{1,2} *Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia*

E-mail: bartolomeus.galih@uajy.ac.id

Receive, 4 Juli 2023
Revised, 11 Juli 2023
Accepted, 14 Juli 2023

Abstrak

Tujuan – Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal dengan analisis SWOT pada UMKM Jamu Kenya Klaten untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis usaha.

Desain/Metodologi/Pendekatan – Metode riset yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Cara pengambilan data dilakukan melalui proses observasi, wawancara, dokumentasi.

Temuan – Analisis SWOT mengindikasikan bahwa UMKM Jamu Kenya Klaten memiliki kekuatan dan peluang yang lebih superior dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang ada. Oleh karena itu, arah strategi bisnis yang sedang dikembangkan UMKM tersebut berada pada tahap pertumbuhan atau *growth strategy*.

Orisinalitas/Nilai – Penelitian ini berperan dalam perkembangan bisnis dengan menyediakan penjelasan tentang strategi yang perlu diterapkan oleh perusahaan untuk memanfaatkan peluang sebaik mungkin dan mengurangi ancaman.

Kata kunci: Analisis SWOT, IFAS, EFAS, UMKM

SWOT Analysis on Kenya Klaten Herbal SMEs

Abstract

Objectives – *Identifying the internal and external environment through SWOT analysis on Kenya Klaten Herbal SMEs to formulate alternative business development strategies.*

Design/Methodology/Approach – *The research method utilized is descriptive qualitative. Data collection techniques consist of observation, interviews, and life history documentation.*

Findings – *The SWOT analysis results indicate that the strengths and opportunities are more dominant compared to weaknesses and threats, thus the policy direction of Kenya Klaten's Herbal SMEs is in a growth strategy condition.*

Originality/Value – *This research plays a role in business development by providing explanations about strategies that the company needs to implement to maximize opportunities and minimize threats.*

Keywords: *SWOT Analysis, IFAS, EFAS, SMEs*

Pendahuluan

Memiliki gaya hidup sehat merupakan kebutuhan pokok setiap individu, selain kebutuhan dasar lainnya seperti pakaian, makanan, tempat tinggal, dan pendidikan, sebab kesehatan fisik yang prima memberi kemampuan bagi seseorang untuk melaksanakan tugas rutin. Upaya kesehatan mencakup pencegahan penyakit, perawatan, restorasi kesehatan, dan peningkatan kesehatan. Ada berbagai cara untuk mencapai kesehatan optimal, salah satunya dengan memanfaatkan tanaman obat yang diolah menjadi jamu atau obat tradisional. Namun, penggunaan obat-obatan tradisional seperti kumis kucing, temulawak, dan kayu putih masih belum luas dalam praktik medis di Indonesia, sebagian besar karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat mereka, sebagian karena kurangnya penelitian farmakologis (Wurlina et al., 2005).

Tetapi ketika pandemi berkecamuk, penjualan empon-empon yang digunakan sebagai bahan dasar obat herbal mengalami peningkatan signifikan. Pandemi COVID-19 telah mempertinggi kesadaran publik tentang kepentingan memelihara kekebalan tubuh. Salah satu metodenya adalah dengan meminum obat herbal, yang diklaim memberikan berbagai keuntungan kesehatan dan kebugaran. Jamu adalah obat tradisional Indonesia yang tersusun dari bahan-bahan alami seperti rimpang (akar), daun, batang, buah, biji, dan kulit kayu. Kekayaan alam hayati Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan terhadap bisnis jamu. Amalan minum jamu dikatakan mampu mencegah atau menyembuhkan berbagai macam penyakit (Mulyani et al., 2016). Karim (2022) mengemukakan bahwa adanya transformasi pola hidup masyarakat yang mulai berorientasi pada minuman herbal tradisional karena dipandang lebih sehat telah menaikkan popularitas jamu. Tanpa keraguan, ini telah membuka lebih banyak peluang bisnis dalam industri jamu, yang dapat dijadikan sebagai usaha pokok atau tambahan karena prospeknya cukup menarik.

Ibu Maria Sunarti adalah warga Kabupaten Barend, Klaten Tengah, Klaten, Jawa Tengah yang memilih bekerja di industri jamu. Ibu Maria Sunarti, seorang pengusaha jamu, menyadari prospek pendapatan yang besar, namun ia juga menyadari kendala dalam pengembangan bisnis, khususnya pemasaran. Melimpahnya produk jamu alternatif menimbulkan persaingan yang sengit, terutama dari produsen jamu ternama. Jamu milik Ibu Maria Sunarti kini hanya disediakan untuk objek wisata Candi Prambanan; sulitnya memperoleh pangsa pasar inilah yang mengakibatkan penjualan kurang diminati. Akibatnya, sangat penting untuk merancang rencana untuk membekali UMKM agar perusahaan jamu rumahan dapat tumbuh dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Menurut Ezizwita et al., (2020) banyak UMKM yang belum memasukkan manajemen strategis dalam operasional perusahaannya. Hal ini terlihat dari pemeriksaan situasi dan setting yang tidak memadai, yang membuat mereka kurang ideal dalam bereaksi terhadap perubahan dan kesulitan. Secara sederhana, strategi sendiri bisa dipahami sebagai serangkaian keputusan penting yang dirancang untuk merencanakan dan

melaksanakan berbagai rencana aksi dan penempatan sumber daya yang vital demi meraih tujuan dan sasaran (Kusbandono, 2019). Hal ini melibatkan perhatian khusus pada keunggulan yang dapat bersaing, membandingkan, dan menciptakan sinergi berkelanjutan ke arah, ruang lingkup, dan perspektif jangka panjang ideal bagi individu atau organisasi secara keseluruhan (Ramadhan & Sofiyah, 2013). Analisis SWOT bisa diaplikasikan untuk memformulasikan strategi bisnis dalam konteks ini. Analisis SWOT, yang mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, adalah suatu alat untuk memahami posisi dan situasi sebuah perusahaan. Pendekatan atau metode ini biasanya digunakan dalam merumuskan strategi bisnis. Meski berasal dari lingkungan korporasi yang kompleks, analisis SWOT dapat diterapkan untuk menentukan strategi bagi bisnis skala kecil hingga menengah. Penelitian yang dilakukan oleh Chladkova H & Formankova (2016) juga menerapkan analisis SWOT untuk menentukan strategi rantai pasok pada perusahaan kecil dan menengah pertanian. Penelitian lain menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi karakteristik yang dapat mendukung rencana jangka panjang konsumsi pangan lokal di Hungaria (Nemeth et al., 2019). Analisis SWOT akan digunakan untuk membantu menyusun rencana pengembangan UMKM pembuatan jamu rumahan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Tinjauan Pustaka

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016) analisis SWOT merupakan suatu metode identifikasi dari berbagai elemen untuk merancang strategi bisnis. Analisis SWOT didesain dengan prinsip yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sementara berusaha mengurangi efek dari kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT dipandang sebagai instrumen analisis mendasar dalam menggambarkan suatu perusahaan. Setiap organisasi atau bisnis memiliki sisi kuat dan keterbatasan dalam setiap fungsi bisnisnya.. Analisis SWOT dapat dimanfaatkan sebagai bahan perencanaan strategi yang lebih sistematis dan pencapaian tujuan organisasi (Kottler P., 2008).

Sedangkan menurut Karyaningsih & Sari (2019), analisis SWOT adalah metode yang menyatukan perencanaan strategis untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari sebuah proyek. Pendukung analisis ini mencakup identifikasi unsur-unsur internal dan eksternal yang dapat memfasilitasi organisasi bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wijayanti, 2019). Strategi merupakan kerangka kerja untuk segala aspek penting, termasuk kewirausahaan, kompetisi, dan fungsi yang akan diterapkan untuk mencapai tujuan bisnis dan meraih keberhasilan jangka panjang (Nedelea & Păun, 2009). Selanjutnya, SWOT dapat digunakan untuk menyoroiti kemungkinan untuk mengurangi kelemahan organisasi (Hutomo, 2017 & Taufan & Septhiadi Palpia, 2023).

Prosedur untuk membuat matriks SWOT sangat penting dalam membangun analisis SWOT untuk membantu manajemen dalam mencocokkan dan menghasilkan empat jenis strategi: (1) SO (Kekuatan-

Peluang), WO (Kelemahan-Peluang), ST (Kekuatan-Ancaman) dan strategi WT (Kelemahan-Ancaman). Manajer sering menggunakan fase-fase berikut dalam analisis SWOT: Untuk memulai, menetapkan strategi SO (Kekuatan-Peluang) adalah metode yang sering digunakan oleh bisnis untuk mengoptimalkan kekuatan saat ini sehingga peluang selalu dapat dikapitalisasi. Kedua, pendekatan WO (Kelemahan-Peluang) bertujuan untuk mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Ketiga, penerapan strategi ST (Kekuatan-Ancaman) adalah upaya bisnis untuk meminimalkan ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Keempat, metode WT (Kelemahan-Ancaman) digunakan untuk menanggulangi kelemahan guna membatasi dan mengantisipasi kemungkinan risiko (Purwanto, 2006).

Dari poin-poin yang telah disebutkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi proses mencapai tujuan suatu perusahaan. Dalam analisis SWOT, pertimbangan strategis dibagi sebagai berikut (Siagian, 2008); (1) Faktor kekuatan: yang dimaksud dengan faktor kekuatan perusahaan atau unit usaha antara lain adalah persaingan spesifik di dalam organisasi yang mengakibatkan unit usaha tersebut memiliki keunggulan komparatif di pasar. Disebut demikian karena setiap unit usaha memiliki bekal keahlian, barang yang dapat dipercaya, dan sebagainya, sehingga lebih kuat dari pesaingnya dalam memenuhi tuntutan pasar yang telah dan akan dipenuhi oleh unit usaha yang bersangkutan; (2) Faktor kelemahan: hambatan atau kekurangan dalam sumber daya, keahlian, dan kompetensi bisa menjadi penghalang penting dalam menciptakan performa organisasi yang optimal; (3) Faktor peluang: definisi dasar dari peluang adalah berbagai kondisi lingkungan yang memberikan keuntungan bagi unit bisnis dalam sebuah organisasi; dan (4) Faktor ancaman: mengerti ancaman adalah sebaliknya dari mengerti peluang, yakni unsur lingkungan yang merugikan bagi unit bisnis tertentu; jika tidak ditangani, ancaman tersebut bisa menjadi risiko bagi unit bisnis yang bersangkutan, baik dalam jangka waktu sekarang atau di masa depan

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif deskriptif diterapkan. Penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan menggunakan metodologi kualitatif deskriptif (Hyejin Kim, 2017). Pendekatan penelitian ini biasanya digunakan untuk mengeksplor fenomena social (Gasiorowski, 2012). Metode deskriptif kualitatif umumnya digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mendalam untuk menggali pola dari peristiwa tersebut (Hyejin Kim, 2017). Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan pada UKM produksi jamu Kenya Klaten yang berlokasi di Jalan Rajawali Gang Pisang Bali No 12, Bareng, Klaten Tengah, Klaten, Jawa Tengah. Pendekatan analisis data dibagi menjadi tiga tahap; (1) Tahap pengumpulan data (informasi elemen eksternal dan internal). Langkah ini melibatkan

pengumpulan data serta penjelasan tentang kejadian yang sedang diselidiki; (2) Tahap analisis (matriks internal eksternal, diagram cartesian, dan matriks SWOT). Langkah ini terjadi setelah mengumpulkan data pendukung; setelah semua informasi dikumpulkan, dimungkinkan untuk melanjutkan memasukkan semua informasi ke dalam analisis SWOT; dan (3) Tahap pengambilan keputusan. Setelah data ditinjau, banyak penilaian dapat dibuat berdasarkan keadaan perusahaan.

Hasil Dan Pembahasan

Ibu Maria Sunarti menjalankan UMKM jamu “Kenya Klaten” pada awal tahun 2022. Ibu Maria Sunarti yang sebelumnya tidak memiliki keahlian produksi jamu, memulai usahanya dengan coba-coba. Meski menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan waktu dan tenaga serta pengelolaan uang yang tidak teratur, Ibu Maria Sunarti mampu memproduksi berbagai jenis jamu dalam tujuh varian rasa. Perusahaan ini telah mampu menghasilkan pendapatan yang cukup besar selama acara-acara khusus seperti Idul Fitri, Natal, dan Tahun Baru. Meski tidak memiliki sertifikasi halal MUI dan kode IRT, produk jamu ini telah menarik pelanggan dari jauh seperti Bali dan Tangerang. Harganya juga masuk akal jika dibandingkan dengan penyedia jamu lain di area yang sama. Ibu Maria Sunarti gencar mengiklankan barangnya melalui WhatsApp dan Instagram pribadi, meskipun belum memiliki akun media sosial profesional. Setelah pensiun, Ibu Maria Sunarti berniat untuk berkonsentrasi pada pengembangan dan perluasan usaha. Ibu Maria Sunarti juga berkeinginan untuk menambah jumlah karyawan dan meningkatkan pengelolaan keuangan perusahaannya. Ibu Maria Sunarti kini berupaya menjaga kualitas barangnya sambil beradaptasi dengan berbagai perubahan dan hambatan yang ada di sektor jamu.

Selanjutnya, analisis SWOT dilakukan untuk membangun rencana perusahaan. Analisis SWOT digambarkan sebagai analisis berbasis logika yang mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) sekaligus meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Hasanah et al., 2021). Matriks SWOT digunakan dalam pembuatan strategi untuk menghasilkan sejumlah strategi yang ditemukan sebelumnya berdasarkan campuran komponen internal dan eksternal (Rangkuti, 2016). Elemen eksternal meliputi (peluang dan bahaya) sedangkan elemen internal meliputi (kekuatan dan kelemahan). Setelah mempertimbangkan kedua kriteria ini, empat jenis strategi akan diidentifikasi. Strategi yang dirancang oleh suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap berhasil atau gagalnya perusahaan tersebut, juga terhadap kemampuan perusahaan untuk bangkrut atau bertahan di pasar (Joanna, 2009).

Faktor Lingkungan Internal

Faktor-faktor internal ini mempengaruhi kekuatan dan kelemahan suatu organisasi. Unsur-unsur internal suatu perusahaan meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut. Melihat dari sisi kekuatan, kita dapat mengevaluasi apakah perusahaan memiliki produk superior, harga yang

terjangkau bagi konsumen, dan struktur organisasi yang kuat. Di sisi lain, kelemahan perusahaan dapat dilihat jika perusahaan memiliki produk dengan kualitas rendah, harga yang tidak terjangkau bagi konsumen, dan struktur organisasi yang kurang jelas (A Luntungan et al., 2019). Komponen ini akan menilai kelebihan dan kekurangan UMKM Jamu Kenya Klaten.

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Tabel 1. Matriks IFAS

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai Skor
Kekuatan				
S1	Memiliki jejaring yang kuat pada taman kuliner Candi Prambanan	0,25	4	1
S2	Kapabilitas produksi yang kuat untuk usaha rintisan	0,05	2	0,01
S3	Pemasokan bahan baku yang mudah dan dapat diandalkan	0,05	3	0,15
S4	Penekanan pada metode produksi tradisional dan otentik	0,10	3	0,3
S5	Inovasi produk yang beragam	0,05	3	0,15
	Total	0,5		1,61
Kelemahan				
W1	Terbatasnya tenaga kerja dalam memproduksi	0,05	1	0,05
W2	Penggunaan packaging botol kaca sirup merk lain	0,10	2	0,2
W3	Pengelolaan keuangan yang belum terorganisir dan bercampur dengan keuangan pribadi	0,15	3	0,45
W4	Ketergantungan pada kontrak dengan taman kuliner Candi Prambanan	0,15	4	0,6
W5	Tidak adanya media sosial khusus milik Kenya Klaten dalam mempromosikan produk	0,05	2	0,1
	Total	0,5		1,40
	TOTAL IFAS	1		3,01

Sumber: diolah

Elemen kekuatan (*strengths*) pada tabel 1 di atas memiliki skor 1,61, sedangkan faktor kelemahan memiliki skor 1,40, menunjukkan bahwa UMKM Jamu Kenya Klaten memiliki kekuatan yang lebih kuat daripada kelemahan dalam menentukan strategi bersaingnya.

Faktor Lingkungan Eksternal

Pengaruh eksternal tersebut berdampak pada munculnya peluang dan bahaya. Aspek ini terkait dengan faktor eksternal yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan perusahaan. Ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, yang melibatkan elemen-elemen seperti ekonomi, politik, hukum, teknologi, demografi, dan sosial budaya (Novianty Haninda et al., 2022). UMKM memiliki faktor-faktor yang dapat diketahui untuk menentukan besarnya peluang dan bahaya. Kenya Jamu Klaten

Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary)

Tabel 2. Matriks EFAS

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai Skor
Peluang				
O1	Permintaan kerja sama kontrak yang terus berdatangan	0,25	4	1
O2	Terdapat kerja sama dengan pemasok bahan baku	0,05	4	0,20
O3	Masyarakat yang makin sadar budaya hidup sehat	0,05	2	0,10
O4	Perkembangan teknologi dan media sosial	0,10	3	0,30
O5	Adanya dukungan pemda untuk UMKM	0,05	2	0,10
	Total	0,5		1,70
Ancaman				
T1	Selera dan tren konsumen yang berubah seiring waktu	0,10	3	0,30
T2	Adanya pesaing produk sejenis disekitar tempat produksi	0,05	2	0,10
T3	Adanya regulasi terkait sertifikasi halal MUI maupun P-IRT	0,15	3	0,45
T4	Kepekaan harga oleh konsumen	0,10	3	0,30
T5	Produk yang mudah ditiru oleh pesaing yang lain	0,10	3	0,30
	Total	0,5		1,45
	TOTAL IFAS	1		3,15

Sumber: diolah

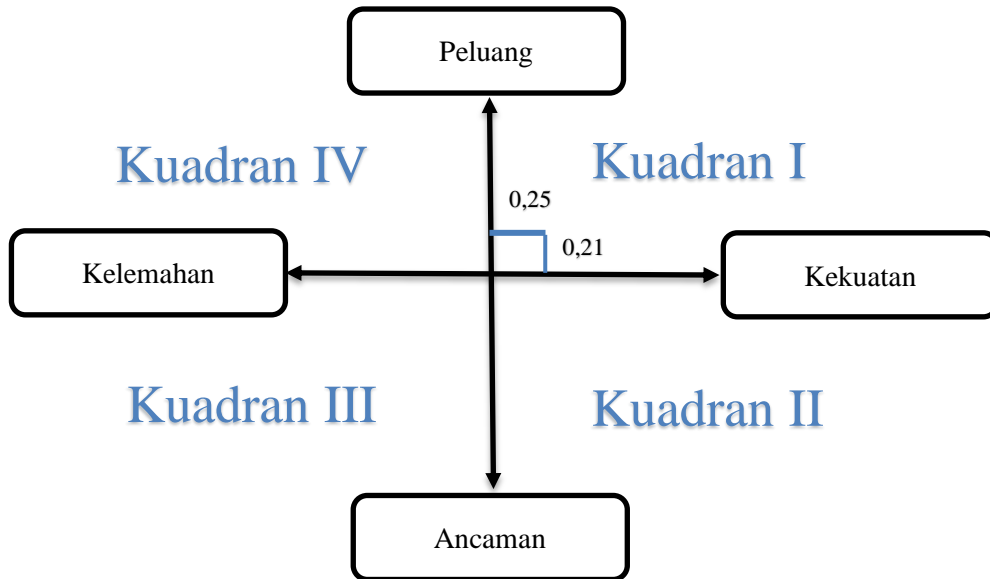
Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa elemen peluang (*Opportunities*) memiliki nilai skor 1,70 dan faktor ancaman (*Threats*) memiliki nilai skor 1,45, menunjukkan bahwa dalam menentukan strategi bersaing, UMKM Jamu Kenya Klaten memiliki peluang yang signifikan dibandingkan dengan risikonya. itu terjadi.

Berdasarkan tabel analisis faktor internal dan eksternal, skor total untuk masing-masing faktor adalah: faktor kekuatan 1,61, faktor kelemahan 1,40, faktor peluang 1,70, dan faktor ancaman 1,45. Terlihat bahwa skor untuk komponen kekuatan lebih unggul 0,21 poin dari elemen kelemahan, dan skor untuk faktor peluang lebih tinggi 0,25 poin dari faktor ancaman.

Tabel 3. Rekap Skor IFAS dan EFAS

	Skor Internal	Skor Eksternal	Pilihan Strategi
Kuadran I	S > W (+)	O > T (+)	<i>Growth</i>
Kuadran II	S > W (+)	O < T (-)	<i>Diversification</i>
Kuadran III	S < W (-)	O > T (+)	<i>Turn-around</i>
Kuadran IV	S < W (-)	O < T (-)	<i>Defensive</i>

Sumber: diolah



Gambar 1. Diagram SWOT

Berdasarkan Gambar 1 dan Tabel 3 analisis SWOT UMKM Jamu Kenya Klaten $S < O$ peluang lebih besar dari kekuatan saat ini, dan arah kebijakan UKM Kenya Klaten adalah strategi pertumbuhan. Tujuan dari rencana pertumbuhan (*Growth Strategy*) adalah untuk meningkatkan penjualan aset, keuntungan, atau kombinasi dari ketiganya.

Tabel 4. Matrik SWOT

IFAS	Strengths (Kekuatan) a. Memiliki jejaring yang kuat pada taman kuliner Candi Prambanan b. Kapabilitas produksi yang kuat untuk usaha rintisan c. Pemasokan bahan baku yang mudah dan dapat diandalkan d. Penekanan pada metode produksi tradisional dan otentik e. Inovasi produk yang beragam	Weaknesses (Kelemahan) a. Terbatasnya tenaga kerja dalam memproduksi b. Penggunaan packaging botol kaca sirup merk lain c. Pengelolaan keuangan yang belum terorganisir dan bercampur dengan keuangan pribadi d. Ketergantungan pada kontrak dengan taman kuliner Candi Prambanan e. Tidak adanya media sosial khusus milik Kenya Klaten dalam mempromosikan produk
EFAS	Strategi SO a. Membangun kerjasama dengan pihak pemerintah, dengan mendapatkan	Strategi WO a. Mencari pelanggan atau mitra bisnis baru untuk mengurangi ketergantungan pada
	Opportunity (Peluang) a. Permintaan kerja sama kontrak yang terus berdatangan b. Terdapat kerja sama	

<p>dengan pemasok bahan baku</p> <p>c. Masyarakat yang makin sadar budaya hidup sehat</p> <p>d. Perkembangan teknologi dan media social</p> <p>e. Adanya dukungan pemda untuk UMKM</p>	<p>pendampingan dari Dinas Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Klaten, Kenya Klaten akan memiliki peluang lebih besar untuk dikenal dan mendapatkan dukungan dari pihak pemerintah.</p> <p>b. Pemanfaatan jaringan sebagai karyawan di taman kuliner Candi Prambanan, Ibu Maria Sunarti dapat memanfaatkan jaringannya untuk mempromosikan produk Kenya Klaten.</p> <p>c. Penawaran produk unik, mengingat keahlian Ibu Maria Sunarti dalam membuat sirup jamu yang unik dan beragam, Kenya Klaten dapat terus menawarkan berbagai macam sirup jamu yang tidak dapat ditiru oleh pesaing.</p> <p>d. Pengembangan <i>brand</i>, dengan memanfaatkan teknologi dan media social secara optimal untuk melakukan promosi.</p>	<p>kontrak dengan taman kuliner Candi Prambanan salah satunya dengan mengikuti pameran kuliner atau event lainnya untuk mempromosikan produk dan menarik pelanggan baru.</p> <p>b. Merekrut tenaga kerja tambahan untuk membantu dalam proses produksi, pemasaran, dan operasional lainnya dengan membuat sistem kerja sama tim yang efisien dan efektif.</p> <p>c. Melakukan manajemen keuangan yang lebih baik, Ibu Maria Sunarti bisa memonitor profitabilitas dan cash flow bisnisnya dengan lebih baik, yang penting untuk ekspansi ke pasar yang lebih luas. Sistem manajemen keuangan yang baik juga bisa membantu Ibu Maria Sunarti dalam menentukan harga yang tepat untuk produknya, yang bisa meningkatkan keuntungan dan daya saing bisnisnya.</p> <p>d. Berkolaborasi dengan pemasok untuk membuat packaging khusus yang mewakili identitas Kenya Klaten.</p>
<p>Threat (Ancaman)</p> <p>a. Selera dan tren konsumen yang berubah seiring waktu</p> <p>b. Adanya pesaing produk sejenis disekitar tempat produksi</p> <p>c. Adanya regulasi terkait sertifikasi halal MUI maupun P-IRT</p> <p>d. Kepekaan harga oleh konsumen</p> <p>e. Produk yang mudah ditiru oleh pesaing yang lain</p>	<p>Strategi ST</p> <p>a. Memanfaatkan hubungan yang baik dengan vendor dan akses mudah ke pasokan bahan baku untuk memastikan kualitas dan keunikan produk yang konsisten. Ini akan membedakan Kenya Klaten dari pesaing dan mempertahankan pelanggannya.</p> <p>b. Melakukan investasi dalam sertifikasi dan izin yang relevan,</p>	<p>Strategi WT</p> <p>a. Melakukan investasi dalam desain dan produksi kemasan unik dan menarik yang membedakan produk dari pesaing. Kemasan unik dan menarik dapat menarik perhatian konsumen dan membuat produk lebih mudah dikenali.</p> <p>b. Melakukan diversifikasi saluran penjualan. Jangan hanya bergantung pada kontrak dengan taman</p>

	<p>seperti sertifikasi Halal dan P-IRT. Keunikan dan keahlian ini juga dapat digunakan untuk memastikan kepatuhan dengan standar dan peraturan tersebut.</p> <p>c. Memperkuat kapabilitas produksi untuk bereksperimen dan meluncurkan produk baru dengan cepat untuk merespon perubahan tren pada konsumen</p> <p>d. Memanfaatkan sumber bahan baku yang andal untuk menawarkan harga yang kompetitif dan nilai yang baik bagi konsumen. Ini bisa melalui efisiensi dalam proses produksi atau pembelian bahan baku dalam skala besar untuk mendapatkan diskon.</p>	<p>kuliner Candi Prambanan. Mencoba menjual produk secara online atau bekerja sama dengan toko dan supermarket setempat dapat menjadi salah satu alternatif</p> <p>c. Buat dan kelola akun media sosial khusus untuk mempromosikan produk Jamu Kenya Klaten. Media sosial merupakan alat yang efektif untuk menjangkau dan menarik pelanggan baru, serta untuk membedakan produk dari pesaing. Dengan akun media sosial, dapat menginformasikan tentang penawaran khusus, produk baru, dan berita terbaru tentang Jamu Kenya Klaten</p> <p>d. Mengikuti kursus atau pelatihan pembuatan jamu, belajar dari pengusaha jamu yang sudah sukses, atau bekerja sama dengan praktisi berpengalaman.</p>
--	--	---

SIMPULAN

Penelitian UMKM jamu Ibu Maria Sunarti “Kenya Klaten” mengalami perkembangan yang luar biasa. Terlepas dari tantangan seperti kurangnya sertifikasi halal MUI atau kode IRT, perusahaan menciptakan tujuh variasi jamu yang populer di pasar, menjangkau hingga Bali dan Tangerang. Analisis SWOT diaplikasikan dalam strategi pertumbuhan perusahaan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Berdasarkan hasil penelitian ini, kekuatan dan peluang perusahaan ternyata lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan dan ancamannya. Meskipun demikian, selalu ada ruang untuk perbaikan. Dua area yang memerlukan perbaikan adalah manajemen keuangan dan peningkatan kapasitas tenaga kerja. Beberapa strategi telah dirancang untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sekaligus mengatasi kelemahan dan ancaman. Taktik ini termasuk meningkatkan kolaborasi pemerintah, menggunakan jaringan dan teknologi untuk pemasaran, dan meningkatkan manajemen dan kualitas produk. Sekalipun banyak rencana telah dikembangkan, perusahaan ini harus menyadari dan bereaksi terhadap perubahan dan tantangan di pasar untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan bisnis di masa depan.

Referensi

- A Luntungan, W. G., Tawas, H. N., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). *STRATEGI PEMASARAN BAMBUDEN BOULEVARD MANADO: ANALISIS SWOT BAMBUDEN BOULEVARD MANADO MARKETING STRATEGY: SWOT ANALYSIS*. 7(4), 5495–5504.
- Chladkova H, & Formankova, S. (2016). Strategy for SMEs in the area of primary agricultural production. *Agricultural Economics (Czech Republic)*, 62(9), 395–406.
- Ezizwita, E., Srihasnita, R., & Maivalinda, M. (2020). STRATEGI PENGUATAN MANAJEMEN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA INDUSTRI PENGOLAHAN MAKANAN RINGAN DI KECAMATAN KAMANG MAGEK KABUPATEN AGAM SUMBAR. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Menara ILMU*, 14(2).
- Gasiorowski, K. L. (2012). Nursing 2012 Drug Handbook. *AORN Journal*, 95(2), 306–307. <https://doi.org/10.1016/j.aorn.2011.10.006>
- Hasanah, N., Sobry, M., & Anggraini, E. (2021). Analisis pelaksanaan pembelajaran daring di masa pandemi dalam perspektif strengt, weakness, opportunities, threats (swot): Studi Di SD NEGERI 42 AMPENAN. *Midad : Jurnal PGMI*, 13(1), 15–27.
- Hutomo, N. B. (2017). *Analisis Kesiapan Pelaksanaan Ujian Nasional Berbasis Komputer Di SMA Negeri 1 Kendal*. Universitas Negeri Semarang.
- Hyejin Kim. (2017). Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review. *HHS Public Access*, 40(1), 23–42.
- Joanna, N.-G. (2009). "Strategy Of Distribution In Food Industry Companies ". *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 2(11), 875–880. <https://doi.org/10.29302/oeconomica.2009.11.2.30>
- Karim, R. N. S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Optimalisasi Pengembangan dan Inovasi Bisnis Jamu Migunani Herbal. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 185–190. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.6331>
- Karyaningsih, E. W., & Sari, A. S. (2019). Strategi pelaksanaan praktek industry pada mahasiswa PKK UST melalui analisis SWOT. *Wacana Akademika*, 3(2), 119–132.
- Kottler P., G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusbandono, D. (2019). ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAN PENGUATAN STRATEGI BISNIS (STUDY KASUS PADA UD. GUDANG BUDI, KEC. LAMONGAN). *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 4(2), 921–932.
- Mulyani, H., Widyastuti, H., Venny, D., & Ekowati, I. (2016). TUMBUHAN HERBAL SEBAGAI JAMU PENGOBATAN TRADISIONAL TERHADAP PENYAKIT DALAM SERAT PRIMBON JAMPI JAWI JILID I. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(2), 73–91.
- Nedelea, Ș., & Păun, L. A. (2009). The Importance of the Strategic Management Process in the Knowledge-Based Economy. In *Review of International Comparative Management* (Vol. 10, Issue 1).
- Nemeth, N., Rudnak, I., Ymeri, P., & Fogarassy, C. (2019). The role of cultural factors in sustainable food consumption-An investigation of the consumption habits among international students in Hungary. *Sustainability (Switzerland)*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/su11113052>

- Novianty Haninda, R., Dwi Indriyani, N., & Mufidah Qurratu, I. (2022). *ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KEDAI WARUNG KOPI 777 SURABAYA* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server>
- Purwanto, I. (2006). *Managemen Strategi*. Yrama Widya.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road). *Media Infromasi Manajemen*, 1(4).
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (22nd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, S. P. (2008). *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara.
- Taufan, A., & Septhiadi Palpia, W. (2023). *Analisis SWOT Usaha Perikanan Purse Seine (Di Desa Laha Kota Ambon)* (Vol. 4, Issue 1).
- Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Quadrant.
- Wurlina, S., Zakaria, DK., Meles, W., & Sastrowardoyo. (2005). *Pendidikan dan Pelatihan Tanaman Obat*. LPPM. Unair.