

ANALISIS SWOT UNTUK PENGAMBILAN KEPUTUSAN RELOKASI PABRIK *START UP* SUSU SAPI SEGAR MULK JAPO TANJUNGANOM NGANJUK

Juli Minartiwi¹⁾ Uswatun Hasanah²⁾, Achmad Syaichu³⁾, Agustin Sukarsono⁴⁾

^{1,2,3,4)} Program Studi Teknik Industri, STT POMOSDA Nganjuk

e-mail: ¹juliminartiwi07@gmail.com, ²swatuh97@gmail.com, ³syaichu07@gmail.com,
⁴agustystt@gmail.com

ABSTRAK

Tata Letak pabrik yang berjauhan dengan lokasi pasar dapat menimbulkan biaya produksi yang tinggi, biaya transportasi dan tingkat kompetitifnya lemah dari sisi harga, maka dilakukanlah penelitian dengan merelokasi pabrik yang berdekatan dengan lokasi pasar. Data primer diperoleh langsung dari mewawancarai pihak *start up* dan data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui penelitian kepustakaan, metode penelitian menggunakan SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*) untuk pembobotannya menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Proses*) dan analisis data berupa deskriptif kualitatif. Penelitian ini diperoleh rumusan keputusan terbaik yaitu strategi *Hold and Maintain*, yaitu strategi bertahan dan menjaga, yang artinya perusahaan harus bertahan menjalankan dan menjaga kondisi sekarang supaya tidak terburu-buru dalam menjalankan keputusan merelokasi lokasi produksi/ pabrik.

Kata kunci: Analisis SWOT, Kelayakan, Lokasi Produksi

PENDAHULUAN

Meningkatnya permintaan produk susu segar Mulk JAPO terdapat pada penjualan trisemester ke 4 tahun 2019 yang memiliki kecenderungan meningkat, pada bulan Nopember mengalami peningkatan 12%, Desember meningkat sebesar 13%. Oleh karena permintaan yang cenderung meningkat menjadikan sepuluh pemuda ini berinisiatif untuk mengembangkan produk susu sapi segar Mulk JAPO ini dalam bentuk usaha.

Inisiatif tim susu sapi segar Mulk JAPO untuk mengembangkan produknya dalam bentuk usaha, maka tim harus terus melakukan perubahan sistem supaya usaha bisa berjalan lancar, menghasilkan profit yang terus meningkat dan unggul sehingga setiap keputusan strategi harus dipertimbangkan secara seksama, termasuk dalam penentuan letak pabrik.

Dari uraian diatas, Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Apakah dengan merelokasi lokasi produksi/ pabrik susu sapi segar Mulk JAPO ke lokasi yang berdekatan dengan lokasi pasar merupakan rencana yang perlu dilakukan untuk memperbaiki sistem supaya usaha dapat berjalan lancar, menghasilkan keuntungan yang terus meningkat dan unggul dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*)?

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah dengan merelokasi lokasi produksi/ pabrik susu sapi segar Mulk JAPO ke lokasi yang berdekatan dengan lokasi pasar merupakan rencana yang perlu dilakukan menggunakan analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*).

METODE PENELITIAN

Meode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strengths Weaknesses Opportunities Threats*).

Tahapan dalam Pengumpulan data:

a. Observasi

Penelitian ini dilakukan dengan jalan mengadakan pengamatan atau peninjauan secara langsung pada objek penelitian yakni pada usaha *start up* susu sapi segar Mulk JAPO yang berlokasi di Jalan KH Wachid Hasyim 312 Tanjunganom, Nganjuk, Jawa Timur.

- b. Wawancara
Wawancara dilakukan untuk untuk mendapatkan data atau informasi dengan tanya jawab secara langsung pada orang yang mengetahui tentang objek yang diteliti.
- c. Dokumentasi
Dokumentasi diperlukan untuk mengumpulkan dokumen atau arsip-arsip, pada penelitian ini peneliti mengumpulkan dokumen atau arsip-arsip usaha *start up* susu sapi segar Mulk JAPO.

Teknik Analisa Data

Analisis SWOT untuk produk susu sapi segar Mulk JAPO dilakukan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi juga strategi apa yang harus dilakukan. Jadi setelah analisis tersebut ditetapkan baru kemudian keputusannya apakah akan dilaksanakan relokasi atau harus dilakukan strategi lain. Sehingga susu sapi segar Mulk JAPO bisa terus menjaga tingkat kompetitif produk susu sapi segar Mulk JAPO.

FAKTOR INTERNAL/FAKTOR EKSTERNAL	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Gambar 3.1 matriks swot

PEMBAHASAN

Analisis SWOT ini didasarkan pada informasi dari hasil diskusi dengan pihak *start up* yang bertujuan memaksimalkan faktor lingkungan internal *strengths* (kekuatan) dan faktor lingkungan eksternal *opportunities* (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan faktor lingkungan internal *weaknesses* (kelemahan) dan faktor lingkungan eksternal *threats* (ancaman).

Berikut adalah hasil matriks SWOT:

a. Strategi S-O (*Strengths - Opportunities / Kekuatan - Peluang*)Tabel 4.3 Strategi S-O (*Strengths - Opportunities / Kekuatan - Peluang*)

	<i>Opportunities/ Peluang</i>			
FAKTOR EKSTERNAL	Banyak Instansi sekolahan, perkatoran yang berada di sekitar lokasi produksi peluang untuk menjalin kerjasama	Banyak agenda acara yang akan dilaksanakan di Pomosda, sehingga penjualan meningkat pada acara tersebut.	Banyak toko yang menyediakan <i>showcase</i> yang merupakan peluang untuk menjalin kerjasama.	Produk memiliki kualitas baik dibandingkan dengan produk susu yang beredar di pasaran, karena produk tidak menambahkan perisai, pewarna dan pewarna.
FAKTOR INTERNAL	<p><i>Strengths/ Kekuatan</i></p> <p>Kualitas produk terjaga dengan baik, lokasi produksi yang berdekatan dengan lokasi pasar mempercepat produk diterima konsumen.</p> <p>Produk berdekatan dengan konsumen sehingga mengurangi biaya distribusi produk hingga ke tangan konsumen.</p> <p>Kosumen lebih mudah mendapatkan produk karena lokasi produksi yang berdekatan dengan lokasi pasar.</p> <p>Berdekatan dengan lokasi kantor Makarti Pomosda sebagai induk usaha susu sapi segar Mulk JAPO.</p>			
	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan ekspansi penjualan produk dengan kualitas yang terjaga saat ada kegiatan yang dilaksanakan di Pomosda (S1, S2, O2). Menjalin kerjasama dengan instansi dan toko-toko yang menyediakan <i>showcase</i> sehingga konsumen lebih mudah mendapatkan produk susu dengan kualitas terbaik (S2, S3, O1, O3, O4). Menjaga kualitas produk dan terus saling berkoordinasi antar tim untuk melakukan perbaikan sehingga menjadi produk yang memiliki kualitas terbaik (S1, S4, O4). 			

Sumber: data diolah (2021)

b. Strategi W-O (*Weaknesses - Opportunities / Kelemahan - Peluang*)Tabel 4.4 Strategi W-O (*Weaknesses - Opportunities / Kelemahan - Peluang*)

	<i>Opportunities/ Peluang</i>			
FAKTOR EKSTERNAL	Banyak Instansi sekolahan, perkatoran yang berada di sekitar lokasi produksi peluang untuk menjalin kerjasama	Banyak agenda acara yang akan dilaksanakan di Pomosda, sehingga penjualan meningkat pada acara tersebut.	Banyak toko yang menyediakan <i>showcase</i> yang merupakan peluang untuk menjalin kerjasama.	Produk memiliki kualitas baik dibandingkan dengan produk susu yang beredar di pasaran, karena produk tidak menambahkan perisai, pegawet dan pewarna.
FAKTOR INTERNAL	<p><i>Weaknesses/ Kelemahan</i></p> <p>Berjauhan dengan lokasi sumber bahan baku sehingga menambah biaya distribusi.</p> <p>Resiko kerusakan bahan baku susu meningkat, karena lokasi sumber bahan baku (KUD Tulungagung) berjauhan dengan lokasi produksi sehingga bahan baku susu terlalu lama dalam pendistribusian.</p> <p>Membutuhkan gudang baru untuk mempermudah konsumen yang berada di luar kabupaten Nganjuk</p>			
	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan ekspansi pembangunan gudang untuk memenuhi kebutuhan konsumen, juga menyediakan untuk kerjasama instansi dan toko-toko yang menyediakan <i>showcase</i> di luar wilayah Nganjuk (W3, O1, O3). Menjalin kerjasama dengan mitra bahan baku yang lebih dekat dengan lokasi produksi untuk mengurangi biaya distribusi dan resiko kerusakan bahan baku supaya produk tetap berkualitas baik (W1, W2, O4). Melakukan ekspansi penjualan saat kegiatan di Pomosda untuk mengcover tingginya biaya pengambila bahan baku (W1, O2). 			

Sumber: data diolah (2021)

c. Strategi S-T (*Strengths – Threats / Kekuatan - Ancaman*)Tabel 4.5 Strategi S-T (*Strengths – Threats / Kekuatan - Ancaman*)

	<i>Threats/ Ancaman</i>	
FAKTOR EKSTERNAL	Bayak produk susu saingan dengan menawarkan berbagai macam jenis varian rasa, yang mempengaruhi daya beli kosumen yang hanya mengunggulkan rasa bukan kualitas.	Semakin bervariasinya tuntutan konsumen yang semakin lama semakin kritis terhadap produk Mulk JAPO.
FAKTOR INTERNAL	<p><i>Strength/ Kekuatan</i></p> <p>Kualitas produk terjaga dengan baik, lokasi produksi yang berdekatan dengan lokasi pasar mempercepat produk diterima kosumen.</p> <p>Produk berdekatan dengan kosumen sehingga mengurangi biaya distribusi produk hingga ke tangan kosumen.</p> <p>Kosumen lebih mudah medapatkan produk karena lokasi produksi yang berdekatan dengan lokasi pasar.</p> <p>Berdekatan dengan lokasi kantor Makarti Pomosda sebagai induk usaha susu sapi segar Mulk JAPO.</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penambahan varian rasa dengan tetap mempertahankan kualitas produk untuk menjawab tuntutan konsumen yang semakin kritis (S1, T1, T2). 2. Melakukan koordinasi dengan tim untuk meningkatkan kinerja tim dalam program <i>delivery service</i> supaya kosumen mudah mendapatkan dan merasa dekat dengan produk untuk menjawab tuntutan konsumen (S2, S3, S4, T2). 	

Sumber: data diolah (2021)

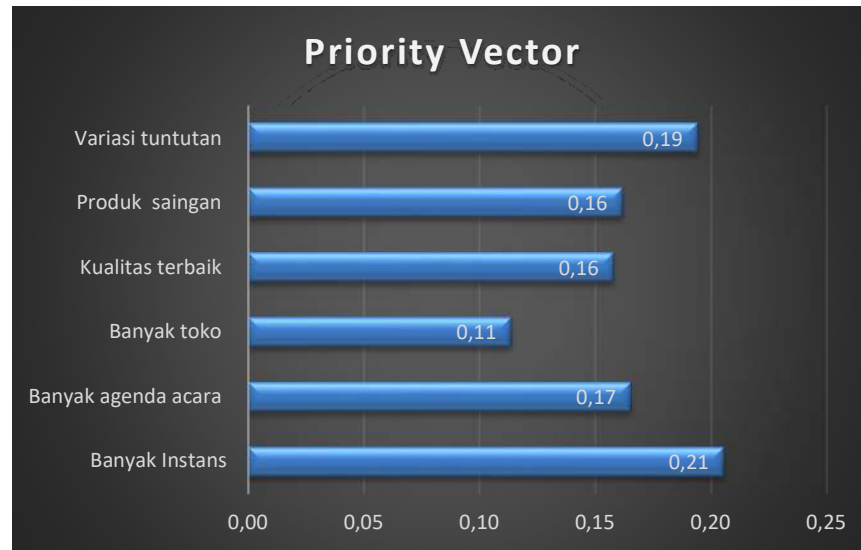
d. Strategi W-T (Weaknesses – Threats / Kelemahan - Ancaman)

Tabel 4.6 Strategi W-T (*Weaknesses – Threats / Kelemahan - Ancaman*)

	<i>Threats / Ancaman</i>	
FAKTOR EKSTERNAL	Bayak produk susu saingan dengan menawarkan berbagai macam jenis varian rasa, yang mempengaruhi daya beli kosumen yang hanya mengunggulkan rasa bukan kualitas.	Semakin bervariasinya tuntutan konsumen yang semakin lama semakin kritis terhadap produk Mulk JAPO.
FAKTOR INTERNAL	<p><i>Weaknesses/ Kelemahan</i></p> <p>Berjauhan dengan lokasi sumber bahan baku sehingga menambah biaya distribusi.</p> <p>Resiko kerusakan bahan baku susu meningkat, karena lokasi sumber bahan baku (KUD Tulungagung) berjauhan dengan lokasi produksi sehingga bahan baku susu terlalu lama dalam pendistribusian.</p> <p>Membutuhkan gudang baru untuk mempermudah konsumen yang berada di luar kabupaten Nganjuk</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan pesaing yang berada di luar kabupaten Nganjuk dalam rangka memasarkan produk supaya produk tetap bersaing (W3, T1). 2. Menjalin kerjasama dengan mitra bahan baku yang lebih dekat dengan lokasi produksi untuk mengurangi resiko kerusakan bahan baku untuk menjawab tuntutan konsumen yang diwujudkan berupa produk yang berkualitas (W1, W2, T2). 	

Sumber: data diolah (2021)

Pembobotan dan Analisa EFE (Evaluasi Faktor Eksternal)



Gambar 4.3 Pembobotan Faktor Eksternal

Dari hasil pembobotan dan penilaian *rating* yang diperoleh, dilakukan perkalian antara nilai bobot dan nilai *rating* tersebut, sehingga dihasilkan matriks EFE perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.7 Matriks EFE (Evaluasi Faktor Eksternal) Perusahaan

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai yang dibobot
Opportunities/ Peluang			
Banyak Instansi seperti sekolah, puskesmas, posyandu, perkatoran yang berada di sekitar lokasi produksi yang merupakan peluang untuk menjalin kerjasama.	0,21	4	0,84
Banyak agenda acara yang akan dilaksanakan di Pomosda seperti mujahadah minggu pahing atau jumat legi.	0,17	3	0,51
Banyak toko yang menyediakan <i>showcase</i> yang merupakan peluang untuk menjalin kerjasama.	0,11	4	0,44
Produk Mulk JAPO memiliki kualitas terbaik dibandingkan dengan produk susu yang beredar di pasaran.	0,16	2	0,32
Threats/ Ancaman			
Bayak produk susu saingan dengan menawarkan berbagai macam jenis varian rasa.	0,16	2	0,32
Semakin bervariasinya tuntutan konsumen yang semakin lama semakin kritis terhadap produk Mulk JAPO.	0,19	1	0,19
Total Skor	1		2,62

Sumber: data diolah (2021)

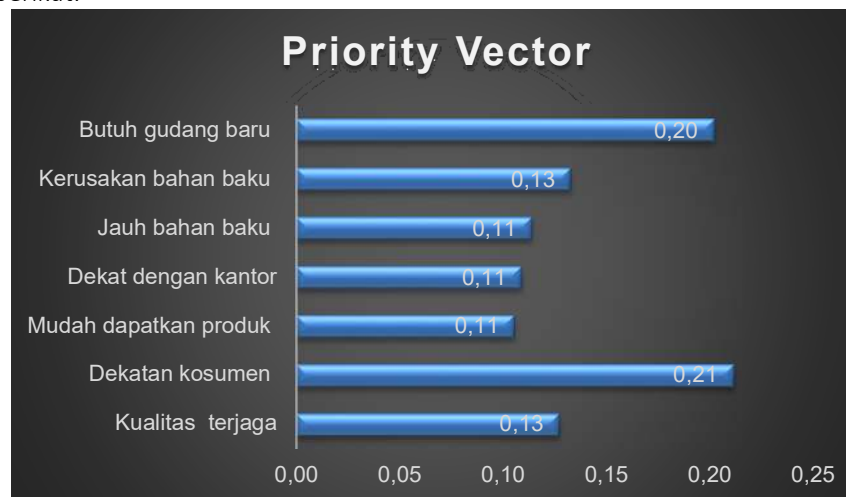
Keterangan nilai (*rating*)

1. = respon perusahaan sangat buruk.
2. = respon perusahaan sama saja dengan rataann perusahaan lain yang ada dalam industri.
3. = respon perusahaan lebih baik dibandingkan dengan respon perusahaan lain yang ada dalam industri.
4. = respon perusahaan sangat baik dan optimal.

Berdasarkan matriks EFE, dapat dilihat faktor peluang (*opportunities*) paling positif adalah banyak Instansi yang berada disekitar lokasi produksi yang merupakan peluang untuk menjalin kerjasama (0,84) diikuti dengan faktor banyak agenda acara yang akan dilaksanakan di Pomosda seperti mujahadah minggu pahing dan jumat legi (0,51). Sedangkan faktor ancaman yang paling berbahaya adalah faktor banyak produk susu saingan dengan menawarkan berbagai macam jenis varian rasa (0,32), diikuti dengan faktor semakin bervariasinya tuntutan konsumen yang semakin lama semakin kritis terhadap produk Mulk JAPO (0,19).

Analisa EFI (Evaluasi Faktor Internal)

Matriks EFI adalah matriks yang berhubungan tentang faktor lingkungan Internal sebuah perusahaan. Faktor-faktor internal ini berasal dari faktor-faktor positif yang merupakan kekuatan bagi perusahaan (*strengths*) dan faktor-faktor negatif yang menjadi kelemahan bagi perusahaan (*weaknesses*). Faktor-faktor ini diperoleh dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan (daftar SWOT), kemudian untuk masing-masing faktor tersebut dilakukan pembobotan dan penilaian *rating* oleh koordinator dan beberapa manager, adapun pembobotan yang telah diolah sebagai berikut:



Gambar 4.4 Pembobotan Faktor Internal

Dari hasil pembobotan dan penilaian *rating* yang diperoleh, dilakukan perkalian antara nilai bobot dan nilai *rating* tersebut, sehingga dihasilkan matriks EFI perusahaan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Matriks EFI (Evaluasi Faktor internal) perusahaan

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai yang dibobot
Strengths/ Kekuatan			
Kualitas produk terjaga dengan baik hingga ke tangan konsumen.	0,13	4	0,52
Produk berdekatan dengan kosumen sehingga mengurangi biaya distribusi produk hingga ke tanggan kosumen.	0,21	4	0,84
Kosumen lebih mudah medapatkan produk karena lokasi produksi yang berdekatan dengan lokasi pasar.	0,11	3	0,33
Berdekatan dengan lokasi kantor <i>start up</i> susu sapi segar Mulk JAPO.	0,11	2	0,22
Weakesses/ Kelemahan			

Berjauhan dengan lokasi sumber bahan baku (KUD Tulungagung) sehingga menambah biaya distribusi bahan baku ke lokasi produksi.	0,11	4	0,44
Resiko kerusakan bahan baku susu meningkat, karena lokasi sumber bahan baku (KUD Tulungagung) berjauhan dengan lokasi produksi.	0,13	3	0,39
Membutuhkan gudang baru untuk produk jadi, untuk mempermudah konsumen yang berada di luar kabupaten Nganjuk.	0,20	1	0,20
Total Skor	1		2,94

Sumber: data diolah (2021)

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa *start up* susu sapi segar Mulk JAPO pada posisi kuadran V sehingga diperoleh rumusan keputusan terbaik adalah strategi *Hold and Maintain*, yaitu strategi untuk bertahan dan menjaga, yang artinya perusahaan harus bertahan menjalankan dan menjaga kondisi saat ini supaya tidak terburu buru dalam menjalankan keputusan merelokasi lokasi produksi/ pabrik supaya berdekatan dengan lokasi pasar.

Saran

Sesuai dengan hasil dari matriks SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities Threats), antara lain sebagai berikut:

- Menjaga kualitas produk dan terus saling berkoordinasi antar tim untuk terus melakukan perbaikan sehingga tetap menjadi produk yang memiliki kualitas baik (strategi SO3).
- Menjalin kerjasama dengan mitra bahan baku yang lebih dekat dengan lokasi produksi untuk mengurangi biaya distribusi bahan baku dan mengurangi resiko kerusakan bahan baku akibat jarak tempuh yang terlalu lama supaya produk tetap terjaga kualitasnya (strategi WO2/ WT2).
- Melakukan koordinasi dengan tim untuk meningkatkan kinerja tim dalam program *delivery service* supaya konsumen mudah mendapatkan produk karena tidak dijual di toko toko, juga supaya konsumen merasa dekat dengan produk karena produk bisa diantar hingga tangan konsumen (strategi ST2).

DAFTAR PUSTAKA

- Jayanti, Gian Dwi. 2019. *Analisis Swot Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Perusahaan Pada UD. Mahkota Gempol*, Universitas Bhayangkara Surabaya
- Pratama, Yudha. 2019. *Analisis Kelayakan Bisnis Usaha Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Bum Desa Lancar Jaya Desa Lambur Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga)*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Sari, Ratna Puspita. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis Home Industry Emping Melinjo Di 30a Adirejo Kecamatan Pekalongan Lampung Timur*, Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Shohibuddin, 2017. *Sebaran Lokasi dan Karakteristik Industri Kecil Rumah Tangga Di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang*, Universitas Negeri Semarang
- Suwarso, 2018. *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi PGRI Jember)*, Akademi Akuntansi PGRI Jember. Vol 4, no 2, hal 98-107.
- Wahyudi, Imam. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Dalam Kesuksesan Usaha Jasa Mikro-Kecil Di Sekitar Kampus Uin Alauddin Makassar*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.