

Strategi Peningkatan Kualitas Produk Krupuk Puli Unggulan Desa Mojoanyar Dengan Metode SWOT Dan Fault Tree Analysis

Oleh:

Mochamad Fais Fachrudin

211020700027

Progam Studi Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Pendahuluan

Puli Gendar Mawar merupakan usaha rumahan yang memproduksi kerupuk puli. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat akan sangat membantu perusahaan dalam bersaing dan unggul. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan strategi SWOT, untuk mengetahui strategi pengukuran, dan untuk mengetahui kegagalan produk terdiri dari FTA. Pada UMKM Puli Gander Mawar untuk mengetahui jenis strategi SWOT dan Mengetahui intensif. Metode yang digunakan adalah SWOT dan FTA. Penggunaan Matriks SWOT dijustifikasi oleh kemampuannya yang cepat, efektif, dan efisien dalam mengidentifikasi peluang-peluang yang relevan dengan pengembangan, pengambilan keputusan, serta perluasan visi dan misi organisasi. FTA merupakan instrumen yang digunakan untuk mengetahui kegagalan terhadap berbagai pilihan alternatif. Hasil Penelitian ini adalah strategi yang digunakan adalah intensif yang berada di kuadran III. Strategi yang berada pada kuadran III yaitu strategi kekuatan-ancaman (ST)

Matriks SWOT adalah suatu kerangka analisis yang menggabungkan aspek internal perusahaan dengan faktor-faktor lingkungan eksternal






Failure tree analysis (FTA) merupakan teknik analisis yang menggunakan metode grafis untuk mewakili analisis proses virtual dan mengidentifikasi peristiwa kegagalan berdasarkan perkiraan probabilitas kegagalan. FTA juga mengacu pada identifikasi penyebab kegagalan dalam proses produksi yang dapat menyebabkan kesalahan serius jika dilakukan secara tidak tepat, dan menentukan apakah produk tersebut relatif mungkin rusak








Teori

- SWOT adalah singkatan dari *strenght*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisa SWOT digunakan mengidentifikasi sistem etika dari berbagai elemen untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis ini didasarkan pada analisis resional yang memungkinkan Anda memaksimalkan *strenght* dan *weaknesses* sekaligus meminimalkan *opportunities* dan *threats*

<u>Peluang</u> Daftar Peluang	<u>Kekuatan</u> Daftar Kekuatan <u>Strategi S-O</u> Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>Kelemahan</u> Daftar Kelemahan <u>Strategi W-O</u> Atasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<u>Ancaman</u> Daftar Ancaman	<u>Strategi S-T</u> Gunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	<u>Strategi W-T</u> Minimalkan kelemahan dengan menghindari ancaman

- FTA adalah metode yang umum digunakan untuk mengidentifikasi risiko yang terkait dengan kesalahan. Peran FTA dalam industri adalah mengidentifikasi penyebab permasalahan teknis sehingga dapat diselesaikan secara efektif.

No	Simbol	Keterangan
1		<i>Elipse</i> menunjukkan kejadian pada level paling atas atau (<i>Top Event</i>)
2		<i>Ractangle</i> merupakan kejadian pada level menengah (<i>lowest fault event</i>)
3		<i>Circal</i> menunjukkan kejadian pada level paling bawah (<i>lowest failure event</i>)
4		<i>Diamond</i> menunjukkan kejadian yang tidak terduga (<i>undervedoped event</i>)
5		<i>House</i> menunjukkan kejadian input (<i>input event</i>) dan merupakan kegiatan terkendali (<i>signal</i>) kegiatan ini dapat menyebabkan kerusakan

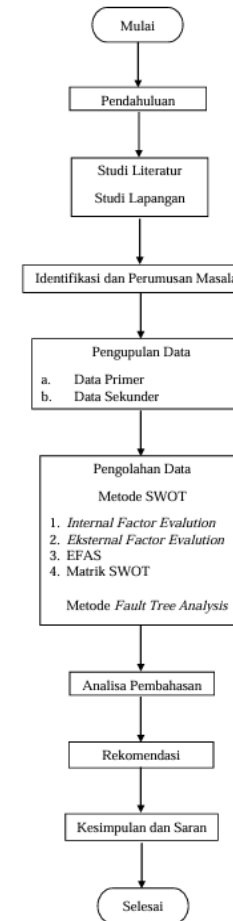
No	Simbol	Keterangan
1		<i>And gate</i> . <i>Output event</i> adalah kejadian keluaran terjadi ketika semua kejadian masukan terjadi pada waktu yang sama..
2		<i>Orgate</i> . <i>Output event</i> merupakan Peristiwa keluaran terjadi ketika setidaknya satu peristiwa masukan terjadi.
3		<i>Input K out of n gate</i> . <i>Output event</i> adalah Peristiwa keluaran terjadi ketika paling sedikit k keluaran dari suatu peristiwa masukan terjadi.
4		<i>Exclusive OR gate</i> . <i>Output event</i> merupakan Peristiwa keluaran terjadi ketika peristiwa masukan terjadi, tetapi tidak terjadi ketika peristiwa masukan terjadi.
5		<i>Inhibit gate</i> . <i>Input</i> yaitu Ketika peristiwa bersyarat terjadi, suatu masukan menghasilkan keluaran.
6		<i>Priority AND gate</i> . <i>Output event</i> terjadi jika semua input event terjadi baik dari kanan maupun kiri.
7		<i>Not gate</i> . <i>Output event</i> terjadi jika input event tidak terjadi.

Teori

- Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) yakni indikator perumusan Strategi ini dimanfaatkan untuk menggambarkan serta mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam bidang fungsional perusahaan, sekaligus mengidentifikasi dan mengkaji hubungan antar bidang tersebut
- matriks EFE dilakukan melalui analisis terhadap lingkungan eksternal organisasi dengan cara mengidentifikasi berbagai peluang dan ancaman yang berpotensi memengaruhi kinerja organisasi. Melalui analisis ini, organisasi diharapkan mampu melakukan evaluasi guna memperkuat posisinya, merumuskan strategi dalam menghadapi ancaman, serta secara sigap memanfaatkan peluang yang muncul
- EFAS digunakan untuk menentukan posisi usaha kecil saat ini dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal serta memutuskan strategi mana yang akan diterapkan untuk mengidentifikasi peluang ancaman yang akan dihadapi
- Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan menilai lingkungan perusahaan, baik yang bersifat eksternal maupun internal, untuk mencapai tujuan bisnis tertentu

Diagram Alur Penelitian

Diagram alur penelitian menjelaskan tahapan-tahapan dalam penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada gambar 1.



Pembahasan Data Faktor Internal Dan Eksternal

Faktor-Faktor Internal

1. Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan
 2. Menggunakan bahan alami
 3. Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional
 4. Mudah dipadukan dengan makanan lain
 5. Harga produk yang sebanding dengan kualitasnya, tapi jarang ada promo atau diskon
1. Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik
 2. Proses produksi yang terbilang lama
 3. Kurangnya promosi
 4. Kurangnya inovasi kemasan
 5. Kurang dikenal luas

Kekuatan

Kelemahan

Peluang

Ancaman

Faktor-Faktor Eksternal

1. Pasar makanan tradisional yang berkembang
 2. Inovasi rasa dan kemasan pada produk
 3. Penjualan online untuk memasarkan produk
 4. Peluang pasar ekspor terbuka luas
 5. Pengembangan pelanggan yang loyal
1. Persaingan dengan produk modern
 2. Bahan baku tergantung dengan musim
 3. Perubahan gaya hidup
 4. Kenaikan harga yang tinggi
 5. Kualitas bahan baku yang tidak stabil

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal Perusahaan menghadapi sejumlah faktor eksternal yang dapat menjadi peluang maupun ancaman. Peluang dan Ancaman UMKM Puli Gender Mawar dapat dilihat pada tabel 3 berikut

Dari penelaahan lingkungan internal perusahaan, diketahui bahwa faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan dan kelemahan UMKM Puli Gender Mawar dapat dilihat pada tabel 3 berikut

Analisis Lingkungan Internal (IFE)

Kekuatan	Jumlah Bobot	Bobot	Jumlah Rating	Rating	Skor
Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan	20	0,20	19	1,90	0,38
Menggunakan bahan alami	19	0,19	20	2,00	0,38
Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional	20	0,20	16	1,60	0,32
Mudah dipadukan dengan makanan lain	20	0,20	18	1,80	0,36
Harga produk yang sebanding dengan kualitasnya, tapi jarang ada promo atau diskon	21	0,21	17	1,70	0,36
Total	100	1,00	90	9,00	1,80

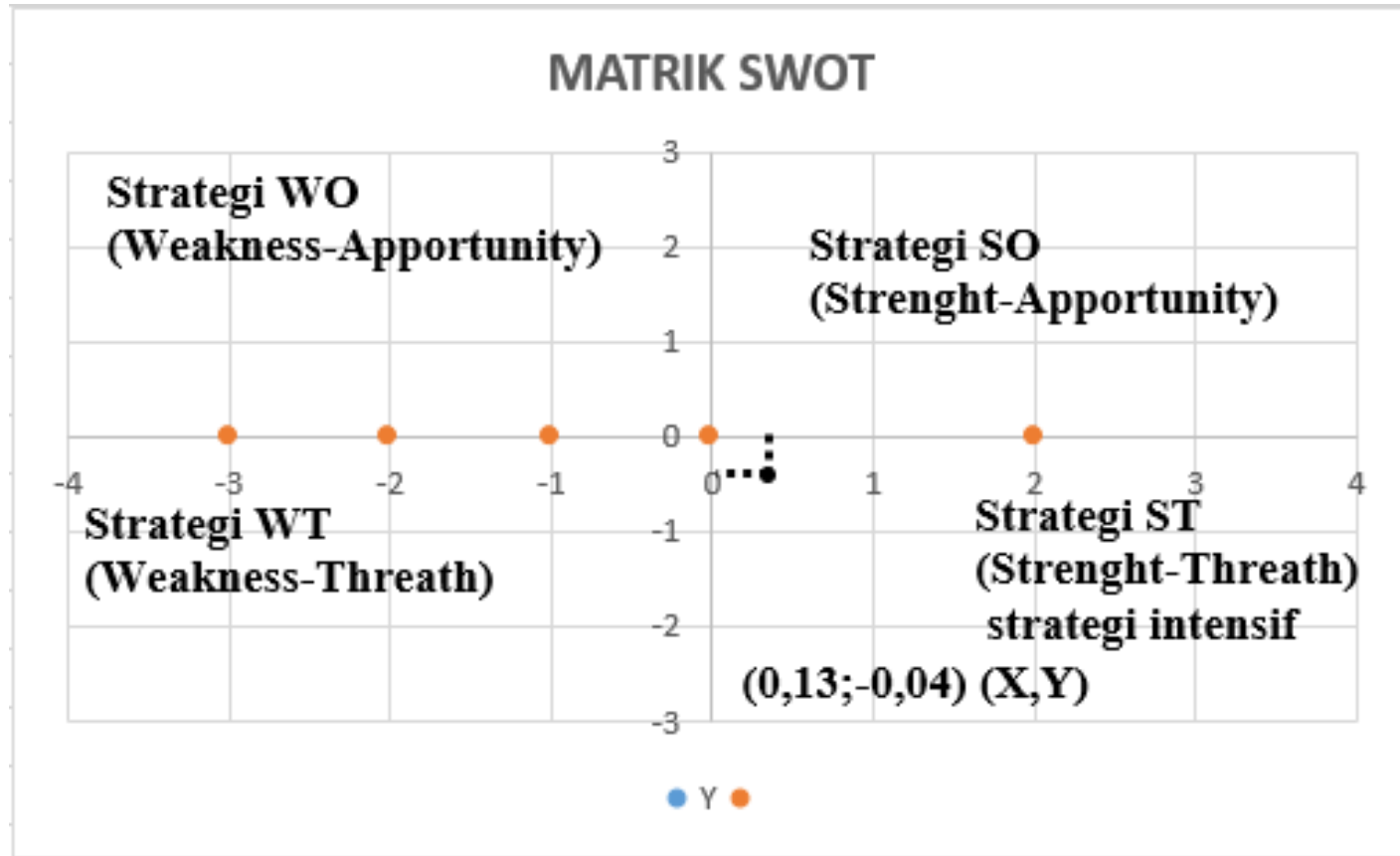
Kelemahan	Bobot	Rating	Jumlah Rating	Rating	Skor
Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik	19	0,22	18	1,80	0,39
Proses produksi yang terbilang lama	17	0,19	17	1,70	0,33
Kurangnya promosi	22	0,25	19	1,90	0,48
Kurangnya inovasi kemasan	12	0,14	11	1,10	0,15
Kurang dikenal luas	18	0,20	16	1,60	0,33
Total	88	1,00	81	8,10	-1,67

Analisis Lingkungan Eksternal (EFE)

Peluang	Jumlah Bobot	Bobot	Jumlah Rating	Rating	Skor
Pasar makanan tradisional yang berkembang	19	0,20	17	1,70	0,34
Inovasi rasa dan kemasan pada produk	19	0,20	16	1,60	0,32
Penjualan online untuk memasarkan produk	17	0,18	15	1,50	0,27
Peluang pasar ekspor terbuka luas	21	0,22	14	1,40	0,31
Pengembangan pelanggan yang loyal	19	0,20	14	1,40	0,28
Total	95	1,00	76	7,60	1,52

Ancaman	Jumlah Bobot	Bobot	Jumlah Rating	Rating	Skor
Persaingan dengan produk modern	16	0,20	16	1,60	0,32
Bahan baku tergantung dengan musim	16	0,20	20	2,00	0,41
Banyaknya UMKM sejenis yang terus meningkat	14	0,18	15	1,50	0,27
Kenaikan harga yang tinggi	17	0,22	13	1,30	0,28
Kualitas bahan baku yang tidak stabil	16	0,20	14	1,40	0,28
Total	79	1,00	78	7,80	-1,56

Matrik SWOT

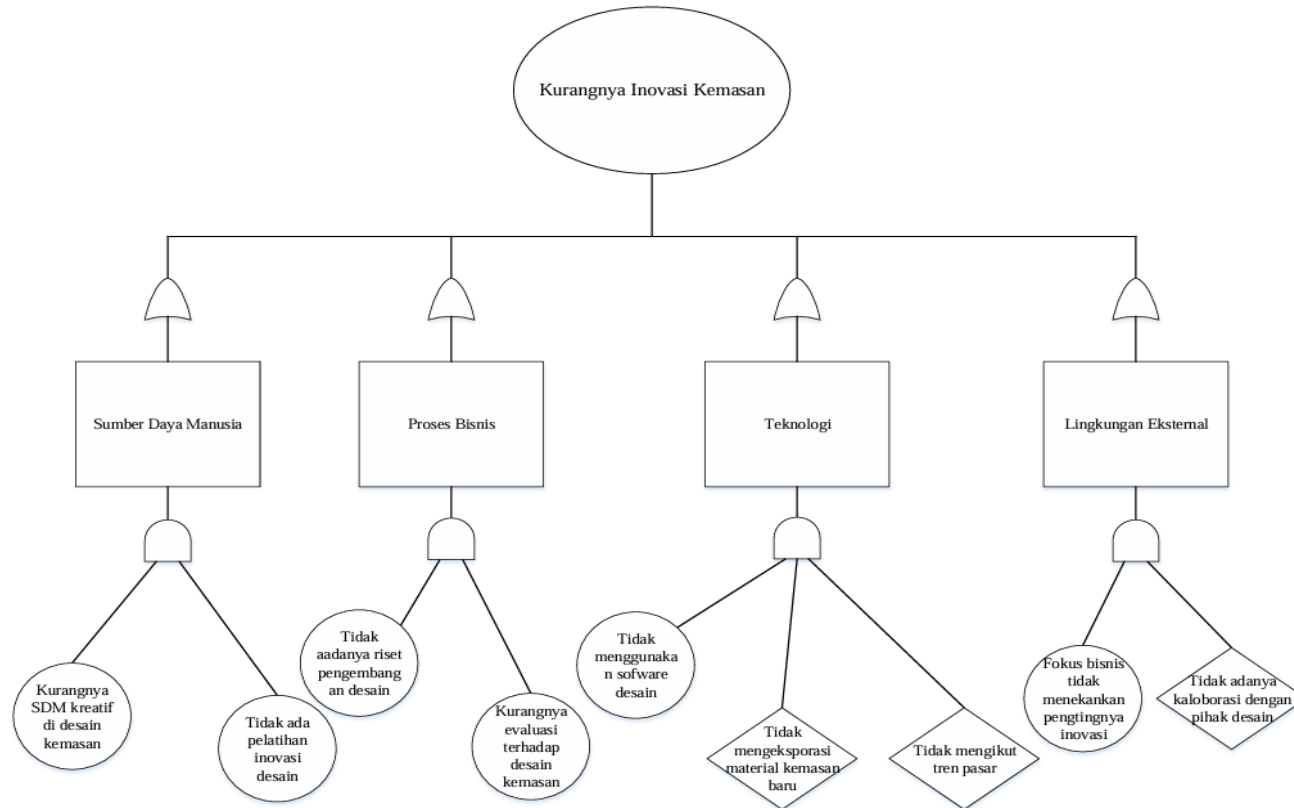


Berdasarkan hasil gambar 2 mendapatkan keputusan rekomendasi strategi yang digunakan perusahaan adalah Strategi yang adalah merubah digunakan intensif. Strategi ST (Strenght-Thearth) memanfaatkan kekuatan yang ada pada internal perusahaan dan mengurangi ancaman yang tersedia pada perusahaan eksterna

Analisa Matrik SWOT

Faktor Internal	Kekuatan		Kelemahan	
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki rasa yang khas yang disukai banyak pelanggan Menggunakan bahan alami Produk tradisional yang dapat menarik pelanggan serta menyukai makanan tradisional Mudah dipadukan dengan makanan lain 		<ol style="list-style-type: none"> Ketahanan produk terbatas jika tidak disimpan dengan baik Proses produksi yang terbilang lama Kurangnya promosi Kurangnya inovasi kemasan 	
Faktor Eksternal	Peluang		Strategi (S-O)	
	<ol style="list-style-type: none"> Pasar makanan tradisional yang berkembang Inovasi rasa dan kemasan pada produk Penjualan online untuk memasarkan produk Peluang pasar ekspor terbuka luas Pengembangan pelanggan yang loyal 		<ol style="list-style-type: none"> Membuka toko resmi di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak. Kembangkan varian rasa baru, seperti rasa pedas, keju, atau rempah-rempah tradisional. Buat kemasan dalam ukuran mini dan family pack agar konsumen punya banyak pilihan. 	
	Ancaman		Strategi (W-O)	
	<ol style="list-style-type: none"> Persaingan dengan produk modern Bahan baku tergantung dengan musim Perubahan gaya hidup Kenaikan harga yang tinggi Kualitas bahan baku yang tidak stabil 		<ol style="list-style-type: none"> Mendesain ulang kemasan agar lebih modern dan fungsional, misalnya dengan kemasan ziplock, kedap udara, atau ramah lingkungan. Menjalin kerja sama dengan mitra produksi agar bisa memenuhi permintaan pasar ekspor dan domestik Mengadakan survei kepada pelanggan tetap untuk mengetahui varian rasa yang diinginkan. 	
			Strategi (S-T)	
			<ol style="list-style-type: none"> Mengadakan campaign untuk menarik konsumen yang mendukung UMKM. Mencantumkan informasi bahan alami, tanpa pengawet, gizi, serta label halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Mengatur sistem produksi dengan metode pre-order untuk mengatur arus permintaan. Melatih tenaga kerja agar lebih terampil dan efisien. 	
			Strategi (W-T)	
			<ol style="list-style-type: none"> Membeli bahan baku dalam jumlah besar saat musim panen agar harga lebih murah dan ketersediaan terjamin. Bekerja sama langsung dengan petani/pemasok tetap untuk menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga stabil. Mengatur harga dengan efisiensi produksi agar tetap kompetitif. Membuat SOP penyimpanan dan distribusi agar produk tidak cepat melempem sebelum sampai ke konsumen. 	

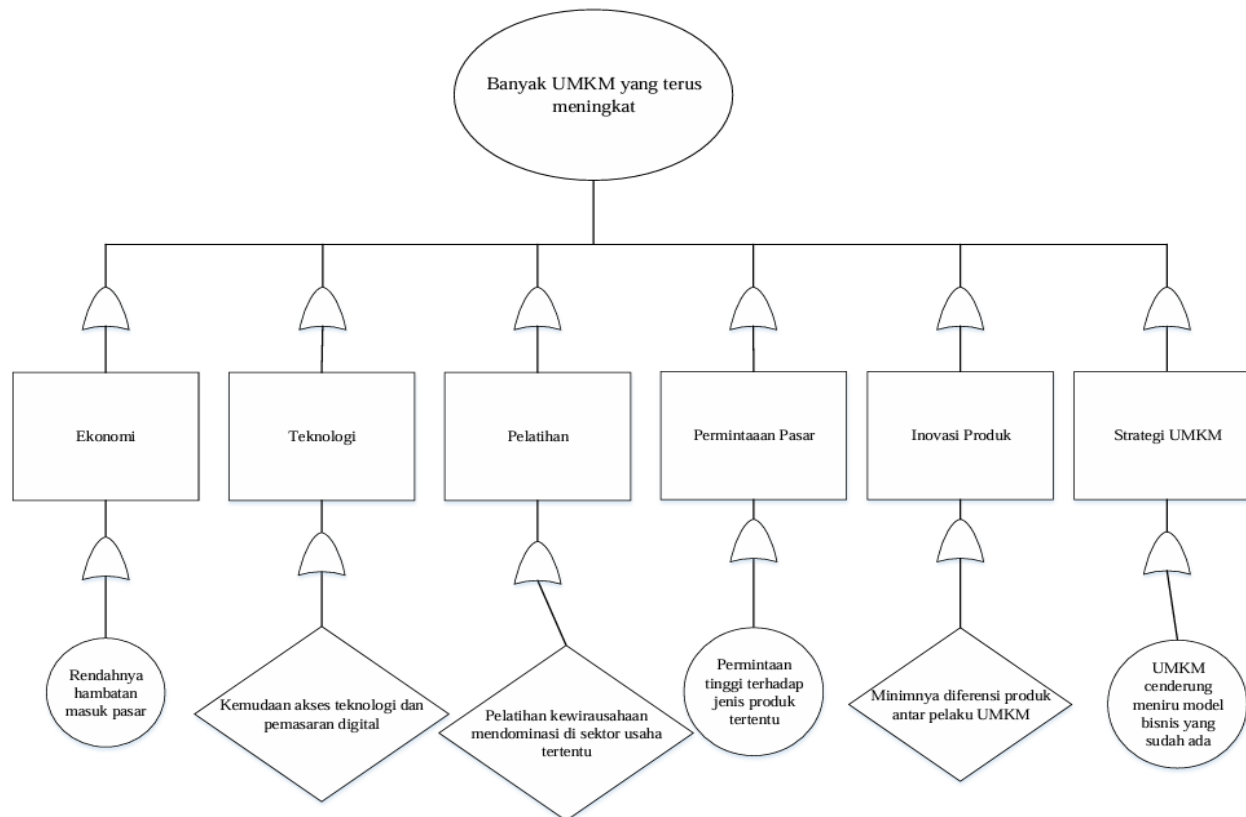
Diagram Pohon



Rekomendasi

- Memberikan pelatihan berkala terkait desain inovatif dan tren desain global.
- Membuat sistem insentif untuk ide desain yang diterapkan atau sukses secara pasar.
- Membuat SOP untuk evaluasi periodik desain kemasan berdasarkan feedback pelanggan dan data penjualan.
- Adopsi *software* desain profesional seperti *Adobe Illustrator*, *Corel DRAW*, atau *Canva*.
- Bangun kerja sama dengan supplier material kemasan ramah lingkungan dan inovatif.

Diagram Pohon



Rekomendasi

- Kembangkan kanal distribusi kreatif, seperti *pop-up store*, *reseller* komunitas, atau *dropship niche*.
- Kalaborasi UMKM lain untuk berinovasi bersama, seperti produk lintas sektor.
- Ciptakan keunggulan digital, misalnya pengalaman belanja yang unik di *platform online*.
- Gunakan riset pasar untuk memahami peluang yang belum dimanfaatkan.
- Fokus pelatihan lanjutan yang mendorong kreativitas, analisis pasar, dan inovasi strategi.
- Ikuti pameran dagang, komunitas wirausaha, atau platform digital untuk memantau tren.

Kesimpulan

Jadi berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan alternatif strategi yang didapatkan dari hasil dan pembahasan menggunakan metode SWOT dengan langkah-langkah IFE yang merupakan metode SWOT yang membahas mengenai kekuatan, dan kelemahan yang menghasilkan (0,13) dan EFE merupakan metode SWOT yang membahas mengenai peluang, dan ancaman yang menghasilkan (-0,04) terletak pada kuadran III yaitu (*Strenght-Theart*) dengan alternatif menggunakan metode intensif, sedangkan *fault tree analisis* digunakan untuk mengidentifikasi mengenai faktor internal yang membahas mengenai kelemahan (*weakness*) dan faktor eksternalnya membahas mengenai ancaman (*theart*). Sehingga saran yang diberikan untuk penelitian adalah menjadikan konsumen yang bekerja sama atau pelanggan sebagai responden untuk mempertimbangkan strategi pemasaran. Kemudian guna menilai strategi pemasaran yang digunakan perlu diterapkan dengan lebih rinci, agar berbagai aspek perusahaan dapat terungkap dengan lebih jelas dalam hasilnya. Di samping itu, disarankan pula untuk menggambarkan faktor-faktor pesaing dengan lebih terperinci, termasuk memberikan bobot dan merinci keunggulan-keunggulan dalam persaingannya.

