

## Pengembangan Usaha Industri Jamu dan Minuman PD. Budi Lestari di Jakarta

Tanjung Prasetyo<sup>\*1</sup>, Daniel R.O. Monintja<sup>2</sup>, Fransisca R. Zakaria<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sahid Jakarta

<sup>2</sup>Departemen Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan  
Institut Pertanian Bogor

<sup>3</sup>Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor

### ABSTRACT

The aim of this study is to identify successful business conducts carried out by the company. The successful business conducts identified are: (1) Employing skillful marketing personnel, (2) Having a wide marketing channels, (3) Application of production contract, (4) Utilizing brokers in marketing the product, (5) Utilizing secondhand containers to reduce cost. The method used from this study is SWOT analysis with primary and secondary data, which are collected through literature and interview. Based on the results of the SWOT analysis, there were some suggestions to PD. Budi Lestari in order to develop its business by : (1) Increasing working capital, (2) Increasing the quality of human resources, (3) Making promotions, (4) Increasing the machine technologies utilizing, (5) Finding new bottles using alternatives in solving problem of getting used bottles, (6) Using labels that includes the special qualities of the drinks to explain the characteristic and quality from each product made, (7) Selecting the distribution of used bottles facilities. Beside that, suggestions given from this study can be an input to the company in raising its sales volume as an effort to fulfill market's demand, includes mini and super markets.

Key words: business conducts, SWOT, market's demand

### PENDAHULUAN

PD. Budi Lestari adalah sebuah perusahaan kecil yang bergerak di bidang produksi dan penjualan minuman Jamu Jagotra, Temulawak dan Gula Asem (GULAS). Minuman jamu produk PD. Budi Lestari adalah jamu yang sudah dikemas dalam botol siap minum dan tidak perlu menyeduh lebih dahulu saat akan diminum. Produk minuman jamu dari PD. Budi Lestari ini, macam/jenis jamunya tidak banyak variasinya seperti jamu yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan besar seperti PT. Jamu Air Mancur Solo, PT. Jamu Cap Jago Semarang, PT. Jamu Mustika Ratu Jakarta dan lain-lain.

Keterbatasan macam atau jenis jamu yang diproduksi oleh PD. Budi Lestari akibat minimnya modal usaha yang dimiliki, disamping ketersediaan sumber daya alam (SDA) yang terbatas. Namun demikian, sekalipun usaha PD. Budi Lestari relatif masih cukup muda dan banyak orang menyatakan usahanya cukup sukses, karena sejak berdiri tahun 1996 hingga tahun 2004, usahanya masih tetap berjalan dan bahkan semakin maju, sekalipun dikelola oleh tenaga berpendidikan rendah.

Usahanya digolongkan sebagai usaha kecil, karena bermodal awal Rp. 15.000.000,- PD. Budi Lestari sudah memulai usahanya di awal tahun

1996. Modal tersebut digunakan untuk menyewa sebidang tanah seluas 750 m<sup>2</sup> lengkap dengan bangunan 4 lokal dengan posisi "O", harga sewa Rp 500.000,- per bulan dengan cara kontrak satu tahun, dibayar setiap akhir bulan dan saat ini sewanya sudah dinaikkan menjadi Rp 1.700.000/bulan. Sedangkan modal selebihnya digunakan untuk menambah alat-alat dan perlengkapan produksi berupa mesin gas CO<sub>2</sub>, mesin press manual, tong kayu tungku, botol dan krat. Dana Rp 15.000.000,- dihabiskan untuk pengadaan tempat usaha dan perlengkapannya, sehingga modal usaha untuk penyediaan bahan baku minumannya terpaksa meminjam dari tukang sayur gendong kenalan Pak Amir utama sebesar Rp 75.000,-.

Dari hal yang dikemukakan seluruh usaha Pak Amir utama terus berjalan hingga saat ini, dan selama 2 tahun penuh, karena keuntungan usahanya tidak diambil untuk kebutuhan pribadi, tetapi terus difokuskan untuk membiayai usahanya. Hal ini dilakukan untuk menutupi kebutuhan ekonomi keluarganya dan juga memasarkan langsung hasil produksinya ke warung-warung, sehingga yang digunakan untuk menutup keperluan ekonomi keluarga adalah dari keuntungan atau komisi penjualan jamu dan bukan dari keuntungan perusahaan. Usaha minuman jamu PD. Budi Lestari ini digolongkan sebagai usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995. Usaha Kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil, memiliki kekayaan bersih kurang dari Rp 200.000.000,- dan bentuk usahanya perseorangan.

\*) Korespondensi:  
Mutia Depok Estate Blok GA/6 Sukmajaya, Depok  
E-mail: tanjung\_prasetyo@yahoo.com

Dari latar belakang yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut: (a) Bagaimana potensi usaha minuman jamu ini dalam meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dan pengelolanya?, (b) Bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk jamu PD. Budi Lestari dan jenis produk mana yang diminati konsumen jamu PD. Budi Lestari? (c) Bagaimana cara kiat sukses perusahaan agar usaha minuman jamu dapat berkembang?

Tujuan yang ingin dicapai dari kajian ini adalah (a) Mengetahui lebih jauh mengenai usaha minuman jamu dan potensinya dalam meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dan para pengelolanya, serta (b) Mengetahui tanggapan konsumen terhadap jenis produk minuman jamu PD. Budi Lestari yang paling diminati konsumen.

## METODOLOGI

Lokasi kajian terletak di Jalan Bhakti 89 No. 87 RT. 001/004 Kelurahan Cipedak, Kecamatan Jagakarsa Jakarta Selatan. Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder dengan rincian sebagai berikut:

1. Data Primer adalah data yang bersumber dari obyek yang diteliti, dilakukan dengan mengadakan penyelidikan secara langsung pada kegiatan usaha "PD. Budi Lestari", meliputi proses produksi, pemasaran, volume penjualan dan laba rugi perusahaan.
2. Data Sekunder adalah data pendukung yang bersumber dari kepustakaan, literatur majalah dan lain-lain. Metode ini disebut metode kepustakaan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu analisis kualitatif dengan model SWOT (Rangkuti, 2004):

1. *Strength* (kekuatan) keunggulan sumber daya, hasil atau mutu produk, segmen pasar, lokasi tempat usaha, strategi pemasaran hasil dan lain-lain.
2. *Weaknesses* (kelemahan) sarana dan prasarana yang berkaitan dengan proses produksi, kemasan, permasalahan, dan lain-lain.
3. *Opportunities* (kesempatan) adalah situasi utama yang menguntungkan perusahaan, seperti promosi hasil produk dan lain-lain.
4. *Threats* (ancaman) adalah situasi utama yang tidak menguntungkan perusahaan, seperti misalnya pesaing usaha, bahan baku, bentuk atau model kemasannya dan lain-lain.

Sedangkan metode analisis deskriptif kuantitatif menggunakan pendekatan finansial seperti penjualan dan laba.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Ekonomi

PD. Budi Lestari dapat dikategorikan sebagai usaha kecil, karena kriteria yang dimiliki, sesuai UU RI No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yaitu PD. Budi Lestari "tidak memiliki hasil penjualan tahunan melebihi Rp. 1 Milyar dan tidak memiliki kekayaan bersih diluar tanah dan bangunan Rp. 200 juta, serta berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan".

Salah satu kelebihan yang dimiliki usaha kecil yang bergerak disektor industri pengolahan, termasuk usaha PD. Budi Lestari adalah bahan mentah atau bahan baku sebagai bahan untuk membuat minuman jamu tidak banyak menggunakan bahan mentah impor dan bahan mentahnya sangat mudah di peroleh dipasar lokal dalam negeri seperti di pasar Jatinegara.

Bahan baku mudah didapat didalam negeri dan tidak tergantung dari impor, maka usaha PD. Budi Lestari tetap eksis dan tidak tergoyahkan oleh krisis ekonomi yang pernah melanda di negeri ini. Dalam hal ini, dampak usaha PD. Budi Lestari yang dirasakan masyarakat banyak adalah:

1. Memberikan peluang kerja bagi masyarakat lingkungannya dengan peningkatkan pendapatan Rp 300.000,- – 1.000.000,- bagi tenaga kerja bulanan dan harian berikut:
  - a. Gaji pimpinan Rp 1.000.000,-/bulan
  - b. Gaji seorang apoteker Rp 750.000,-/bulan
  - c. Gaji kepala bagian dan administrasi Rp 750.000,-/bulan
  - d. Gaji staf keuangan dan administrasi (4 orang) masing-masing Rp 500.000,-
  - e. Gaji mandor (2 orang) @ Rp 337.500,-
2. Memberikan peluang kerja dan pendapatan bagi tenaga kerja borongan pekerjaan pencucian botol dan penutupan botol yang setiap harinya diperoleh tidak kurang dari Rp 10.000,- dan dengan jumlah tenaga kerja borongan 18 orang.
3. Memberikan peluang kerja dan pendapatan bagi 8 orang tenaga harian daya upah per hari Rp 8.000,-
4. Memberikan peluang kerja dan pendapatan bagi 44 orang tenaga kerja lepas dari bagian pemasaran yang menjajakan hasil produk minuman jamu PD. Budi Lestari kewarung-warung, dengan tingkat rata-rata pendapatan setiap bulan Rp 800.000,-

### Aspek Teknis dan Produksi

Penggunaan botol bekas sebagai kemasan minuman jamu produk PD. Budi Lestari nampaknya tidak akan membawa kemajuan usaha dalam jangka panjang, karena menggunakan botol bekas sebagai kemasan minuman jamu, perusahaan hanya memenuhi permintaan 40%, karena:

1. Kebanyakan konsumen lebih menyukai botol baru bening sebagai kemasan jamu.
2. Kebanyakan botol bekas pakai, makin lama makin sulit didapat, karena banyaknya botol bekas dilabur kembali menjadi botol baru.

Kesulitan perusahaan untuk memperoleh botol-botol bekas saat ini, telah memberi peluang perusahaan di masa mendatang, untuk meningkatkan permintaan konsumen sampai 100% dengan menggunakan botol-botol baru bening untuk kemasan minuman jamu.

Kondisi saat ini, volume penjualan minuman jamu PD. Budi Lestari 3.490.676 botol atau baru dapat memenuhi 40% seluruh permintaan. Di masa depan perusahaan dapat memenuhi peningkatan permintaan 60% atau volume penjualannya akan menjadi 5.236.014 botol (60/40 x 3.490.676), dengan syarat penghentian penggunaan botol bekas diganti baru.

Produk minuman jamu yang dihasilkan terdiri dari:

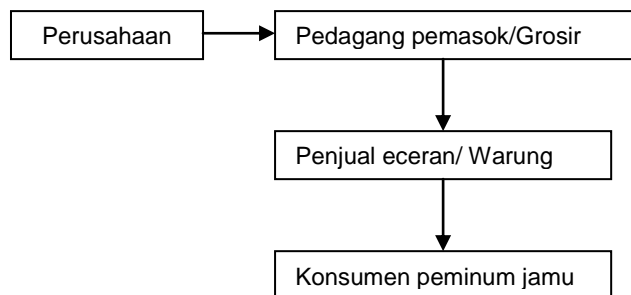
1. Minuman jamu Temulawak
2. Minuman jamu Jagotra (cap Dua Banteng)
3. Minuman jamu GULAS

Teknis pengerjaan atau produksinya masih dilakukan secara tradisional, yaitu dikerjakan dengan tangan-tangan terampil karyawannya dan belum menggunakan mesin-mesin. Dengan demikian, jumlah hasil produksi setiap bulannya sangat tergantung oleh tangan-tangan terampil karyawan-karyawannya.

**Aspek Pemasaran**

1. Jalur/Saluran Pemasaran

Jalur saluran pemasaran minuman jamu PD. Budi Lestari dimuat pada Gambar 1. Dari Gambar 1 terlihat bahwa PD. Budi Lestari dalam memasarkan hasil produksinya ke konsumen peminum jamu, menggunakan perantara pedagang pemasok/grosir. Hal ini dikenal sebagai sistem pemasaran 2 level (Swasta dan Irawan, 1990).



Gambar 1. Jalur pemasaran

2. Harga

Harga penjualan minuman jamu PD. Budi Lestari adalah:

- a. Harga perusahaan kepada pedagang
  - 1) Dijual isi saja Rp. 180 - 200,-/botol

- 2) Dijual berikut botol Rp 500,- (harga botol Rp 300,-)
- b. Harga pedagang pemasok kepada warung
  - 1) Dijual isi Rp 400,-/botol
  - 2) Dijual berikut botol Rp 700,-/botol
- c. Harga pedagang warung kepada konsumen
  - 1) Dijual isi Rp 1.000,-
  - 2) Dijual berikut botol Rp 1.300,-

3. Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran minuman jamu produk PD. Budi Lestari meliputi seluruh wilayah Jabotabek, dengan sistem pembayaran hasil penjualannya dilakukan secara tunai, yaitu pagi hari dimana pedagang mengambil barang dan sore harinya pembayaran tunai ke perusahaan.

4. Omset Penjualan

Rataan omset penjualan minuman jamu PD. Budi Lestari pada tahun 2000-2004 dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Omset rata-rata penjualan bulanan minuman jamu PD. Budi Lestari tahun 2000-2004

No.	Tahun	Omset Rataan Penjualan	
		Botol	Rp.
1.	2000	254.145	45.746.100
2.	2001	266.252	47.923.360
3.	2002	410.226	97.864.371
4.	2003	278.104	53.535.200
5.	2004	223.747	43.712.975

Dari Tabel 1, terlihat bahwa rata-rata omset penjualan pada tahun 2000-2004 terus meningkat, namun pada tahun 2003-2004 mulai menurun. Menurunnya rata-rata omset penjualan pada tahun 2003-2004 disebabkan hal-hal berikut:

- a. Adanya tambahan produk baru minuman jamu Jagotra dan Gula Asem. Produk minuman jamunya bertambah, namun produk jamu lainnya seperti Temulawak untuk sementara dikurangi.
- b. Menurunnya omset rata-rata penjualan bulanan pada tahun 2004 disebabkan pencatatan data dilakukan pada saat penelitian awal bulan Nopember 2004.

Dalam pemasaran hasil, prinsip perusahaan hanya menjual isi dan botol kemasan minuman disediakan sendiri oleh pedagang. Namun demikian untuk mempermudah penanganan untuk meningkatkan omset penjualan, perusahaan membuat suatu kebijaksanaan dalam bentuk penyediaan botol bekas bagi pedagang dengan pembayaran kas oleh pedagang pada saat mengambil barang dagangannya di perusahaan. Harga botol bekas yang ditetapkan perusahaan Rp. 300, sehingga

pada saat pedagang mengambil barang dagangannya di perusahaan, pedagang wajib membayar Rp 500, yaitu isi Rp 200 dan botolnya Rp 300. Bahkan untuk pedagang yang baru memulai usaha, dapat pinjaman botol dari perusahaan sebanyak 1.000 botol dengan pembayaran secara angsuran.

Langkah perusahaan yang memberikan pinjaman botol bekas sebagai upaya meningkatkan omset penjualan, nampaknya sangat berpengaruh terhadap perputaran modal usaha perusahaan yang sebagian tertanam dalam botol. Dari 44 orang pedagang pemasok, 34 orang diantaranya masih mempunyai tunggakan hutang botol bekas dengan total sisa pinjaman Rp. 43.830.985 (catatan sampai 13 Desember 2004) adalah suatu jumlah yang tidak sedikit dan kalau dibiarkan atau setidaknya-tidaknya kebijakan ini diteruskan berlanjut tanpa ada usaha lain untuk memaksimalkan tagihan, maka modal perusahaan yang tertanam dibotol bekas semakin menumpuk. Sebagai ilustrasi, persentase pengendalian pinjaman botol bekas:

- a. Dari jumlah pinjaman Rp. 45.520.985 sampai dengan tanggal 13 Desember 2004 jumlah yang diangsur baru Rp. 2.090.000 atau baru 4,6%
- b. Dari jumlah 34 orang penunggak terdapat 2 orang penunggak yang sama sekali tidak mengangsur tunggakan Rp. 1.144.300

### Analisis Laporan Penjualan

Dalam periode tahun 2004, PD. Budi Lestari telah menjual tiga jenis minuman, dengan total penjualan 3.490.676 botol senilai Rp 671.955.130 atau rata-rata penjualan setiap bulannya 290.890 botol, rata-rata penjualan tiap satuan jenis minumannya adalah:

- a. Minuman jamu Temulawak, dengan omset penjualan pada tahun 2004 sebesar Rp 2.684.963 botol atau 76,9% dari total penjualan 3.490.676 botol.
- b. Minuman jamu Jagotra, dengan omset penjualannya pada tahun 2004 sebesar 545.980 botol atau 15,64% dari total penjualan 3.490.676 botol.
- c. Minuman jamu Gula Asem, dengan jumlah penjualan tahun 2004 sebanyak 259.733 botol atau 7,45% dari total penjualan 3.490.676 botol.

Dari tiga jenis minuman tersebut, jumlah satuan unit produk terbanyak adalah minuman Jamu Temulawak (76,9%), kontribusi sedang minuman Jamu Jagotra (15,64%) dan kontribusi terkecil adalah minuman Jamu Gula Asem (7,45%). Kondisi tersebut membuat perusahaan mengambil langkah-langkah strategik guna

menaikkan omset penjualan minuman jamu Gula Asem.

Omset penjualan bulanan Minuman Jamu Temulawak tahun 2004 dapat dilihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Omset penjualan bulanan minuman Jamu Temulawak

No.	Bulan	Botol
1.	Januari	200.732
2.	Februari	162.972
3.	Maret	239.204
4.	April	301.717
5.	Mei	276.552
6.	Juni	262.533
7.	Juli	250.466
8.	Agustus	296.870
9.	September	307.554
10.	Oktober	248.016
11.	Nopember	138.347
12.	Desember	-
<b>Jumlah</b>		<b>2.684.963</b>

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada bulan September penjualan produk minuman jamu Temulawak menduduki peringkat tertinggi, yaitu 307.554 botol, dengan peningkatan produksi terjadi sejak Agustus 2004. Volume penjualan terendah terjadi pada bulan Februari sebesar 162.972 botol, kemudian seterusnya mulai bulan Maret hingga bulan September naik terus, tetapi dalam bulan November turun kembali di bawah volume penjualan bulan Februari 2004. Hal demikian terjadi karena adanya jenis produk minuman Jagotra dan Gula Asem. Omset penjualan bulanan minuman Jamu Jagotra tahun 2004 dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Omset penjualan bulanan minuman Jamu Jagotra

No.	Bulan	Botol
1.	Januari	46.826
2.	Februari	35.658
3.	Maret	52.074
4.	April	59.074
5.	Mei	59.289
6.	Juni	52.029
7.	Juli	56.723
8.	Agustus	63.763
9.	Sepetember	53.308
10.	Oktober	45.967
11.	November	21.269
12.	Desember	-
<b>Jumlah</b>		<b>545.980</b>

Tabel 3 terlihat adanya peningkatan permintaan pada bulan Agustus sebanyak 63.763 botol. Hal ini menunjukkan mulai adanya tanggapan konsumen terhadap produk minuman jamu Jagotra, tetapi pada bulan-bulan berikutnya jumlah permintaan semakin menurun.

Nampaknya tingginya permintaan minuman jamu Jagotra bulan Agustus, dikarenakan konsumen ingin coba-coba, sehingga permintaan naik, kemudian pada bulan-bulan berikutnya mulai menurun kembali. Untuk itu, perusahaan harus cukup waspada dan perlu mengambil kebijakan baru agar permintaan dapat kembali naik. Omset penjualan bulanan minuman Jamu Gula Asem tahun 2004 dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4 menunjukkan permintaan pasar terhadap produk minuman GULAS tertinggi jatuh pada bulan September 2004 sebesar 49.497 botol, kemudian menurun tajam pada bulan-bulan berikutnya. Untuk itu, perusahaan harus mengetahui mengapa hal ini terjadi dan bagaimana solusi untuk mengatasinya.

Hasil wawancara penulis dengan 40 orang responden menunjukkan bahwa konsumen lebih banyak menyukai jamu Temulawak sebanyak 24 orang, dan lebih menyukai Jagotra 9 orang, serta yang menyukai Gulas 7 orang. Mengapa paling menyukai Temulawak dan tidak menyukai minuman lainnya, alasannya sebagai berikut :

1. Minuman Jagotra, ditangani sebagai minuman pekerja berat, seperti sopir, tukang becak, kuli bangunan dan lain-lain.
2. Minuman Gulas adalah minuman dengan rasa asem-asem sedikit, kurang diminati
3. Minuman temulawak paling banyak disukai orang, karena dianggap sebagai minuman bergengsi yang sudah cukup dikenal sejak nenek moyang.

Tabel 5. Total laba penjualan dan rata-rata perolehan keuntungan tiap jenis minuman

No.	Jenis Minuman	Laba Penjualan/tahun (Rp)	Rataan Laba/bulan (Rp)	Persentase Laba Penjualan dari Total Laba (%)
1.	Temulawak	60.887.800,-	5.073.983,-	54,74
2.	Jagotra	12.877.200,-	1.073.100,-	16,02
3.	Gula Asem	6.617.279,-	551.439,-	8,23

Sumber : PD. Budi Lestari, 2004.

Dari Tabel 5 terlihat bahwa jenis minuman jamu temulawak memberikan kontribusi laba terbesar dalam setiap bulannya Rp 5.073.983,- (75,74%) dan terendah minuman Gulas Rp 551.439 (8,23%).

Pada tahun 2004 perusahaan telah memproduksi tiga jenis minuman dengan total penjualan 3.490.676 botol senilai Rp 671.955.130,- dan total keuntungan Rp 80.382.279,-. Rataan setiap bulan perusahaan dapat menghasilkan minuman 290.890 botol dengan nilai rata-rata laba setiap bulan Rp 6.700.000,- (Rp 80.382.279,- : 12 bulan).

Dari ketiga jenis minuman tersebut, tampak jelas bahwa minuman Gulas memberikan kontribusi laba terkecil dan dari hasil pengamatan di lapangan, memang pada dasarnya permintaan minuman Gulas sangat sedikit, maka sepatutnya perusahaan mulai

Tabel 4. Omset penjualan bulanan minuman Jamu Gulas

No.	Bulan	Botol
1.	Januari	8.854
2.	Februari	6.949
3.	Maret	14.656
4.	April	20.229
5.	Mei	24.629
6.	Juni	26.338
7.	Juli	25.293
8.	Agustus	34.052
9.	September	49.497
10.	Oktober	32.864
11.	November	16.372
12.	Desember	-
<b>Jumlah</b>		<b>259.733</b>

### Analisis Laba Penjualan

Pada tahun 2004, total keuntungan yang diperoleh PD. Budi Lestari dari ketiga jenis minuman Rp 80.382.279,-. Keuntungan terbesar diperoleh dari minuman Jamu Temulawak Rp 60.887.800,- dan keuntungan terendah diperoleh dari minuman Jamu Gulas Rp 6.617.279,-.

Rincian total keuntungan dan rata-rata perolehan keuntungan tiap jenis minuman setiap bulannya dapat dilihat dari Tabel 5.

mengambil langkah-langkah kedepan bagaimana solusi terbaik agar minuman gula asem ini permintaan dari masyarakat menjadi meningkat. Langkah-langkah ini perlu segera dilakukan, karena kontribusi keuntungan yang diperoleh dari minuman Gulas hanya 8,2%.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2004). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Profil SWOT usaha minuman jamu PD. Budi Lestari di Jakarta dapat dilihat dalam Tabel 6.

Tabel 6. Profil SWOT usaha minuman jamu PD. Budi Lestari

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Armada pemasaran yang kuat dan berpengalaman</li> <li>2. Penempatan satu orang apoteker sebagai pengawas mutu minuman</li> <li>3. Terdaftar minuman di Dep. Kesehatan</li> <li>4. Proses produksi masih sangat sederhana</li> <li>5. Harga produk terjangkau</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketergantungan botol bekas sebagai kemasan</li> <li>2. Modal usaha banyak tertanam dalam pinjaman botol bekas.</li> <li>3. Lokasi perpakiran di tempat usaha kurang banyak menampung kendaraan.</li> <li>4. Promosi belum dijalankan</li> <li>5. Khasiat minuman temulawak dan gula asem belum ditulis dalam label</li> </ol>
Peluang (O)	Ancaman (T)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baru terlayani permintaan pasar 40%, maka ada peluang 60%</li> <li>2. Dukungan dari pemerintah setempat sangat positif</li> <li>3. Hubungan perusahaan dengan pedagang pemasok sangat baik</li> <li>4. Masih terbatasnya pelaku usaha sejenis di wilayah kerja</li> <li>5. Kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan industri kecil</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persediaan botol bekas di pasaran semakin menipis jumlahnya</li> <li>2. Citra produk minuman Gulas belum banyak dikenal masyarakat luas.</li> <li>3. Persaingan ke depan semakin meningkat</li> <li>4. Pesaing semakin canggih</li> <li>5. Ketergantungan pada satu pemasok bahan baku.</li> </ol>

Alat yang dapat dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT yang dalam hal ini dituangkan dalam analisis matriks SWOT Tabel 7. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi berikut:

1. Strategi SO  
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pemikiran perusahaan, yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST  
Strategi ini digunakan untuk menggalang kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam mengatasi ancaman.
3. Strategi WO  
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT  
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman.

Dari matriks SWOT pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa strategi  $(S_i, O_i)$  atau  $(S_i, T_i)$  atau  $(W_i, O_i)$  atau  $(W_i, T_i)$  merupakan kombinasi faktor internal dengan faktor eksternal yang menghasilkan pilihan strategi. Dari hasil

pembahasan atas aspek ekonomi, teknik dan produksi, serta pemasaran secara deskriptif dan analisis kualitatif dengan analisis SWOT, didapatkan informasi dan fakta bahwa usaha minuman PD. Budi Lestari sangat potensial untuk dikembangkan lebih lanjut dengan alasan:

- a. Secara komersial, usaha minuman PD. Budi Lestari mendapatkan respon yang cukup bagus dari konsumen. Sekalipun pesaingnya banyak, namun di daerah tersebut hanya terdapat dua pesaing perusahaan sejenis. Hal lainnya, usaha PD. Budi Lestari mempunyai daya saing tinggi, karena :
  - 1) Pengolahan minuman jamu temulawaknya menggunakan air panas mendidih.
  - 2) Penempatan satu orang apoteker sebagai pengawas mutu.
  - 3) Dapat memenuhi permintaan konsumen 40%, sehingga masih ada potensi permintaan konsumen yang dapat dikembangkan lebih lanjut.
- b. Secara teknis proses pengolahan minuman masih sangat sederhana (manual). Dengan dukungan modal yang kuat sebagai upaya memenuhi permintaan konsumen, penghentian penggunaan botol bekas diganti dengan botol baru untuk kemasan minuman jamu sebagai hal yang bijaksana.
- c. Setiap kelemahan yang terjadi dalam internal perusahaan maupun ancaman yang mungkin terjadi dari eksternal perusahaan, dipastikan dapat diatasi melalui berbagai strategi dalam matriks SWOT.

Tabel 7. Matrik SWOT usaha minuman jamu PD. Budi Lestari tahun 2004

Faktor Internal	<p><b>Faktor kekuatan (S)</b></p> <p>S1 Armada pemasaran yang kuat dan berpengalaman.</p> <p>S2 Penempatan satu orang Apoteker sebagai pengawas mutu minuman.</p> <p>S3 Terdaftar nya minuman di Dep. Kesehatan</p> <p>S4 Proses produksi masih sangat sederhana</p> <p>S5 Harga produk terjangkau</p>	<p><b>Faktor kelemahan (W)</b></p> <p>W1 Ketergantungan botol bekas sebagai kemasan.</p> <p>W2 Modal usaha banyak tertanam dalam peminjaman botol bekas.</p> <p>W3 Lokasi permohonan tempat usaha kurang didukung sarana transportasi.</p> <p>W4 Promosi belum dijalankan</p> <p>W5 Khasiat minuman belum ditulis dalam label</p>	
Faktor Eksternal	<p><b>Faktor peluang (O)</b></p> <p>O1 Baru mengisi permintaan pasar 40%</p> <p>O2 Dukungan dari Pemda setempat cukup positif</p> <p>O3 Hubungan dengan pedagang pemasok sangat baik.</p> <p>O4 Masih terbatasnya pelaku usaha sejenis</p> <p>O5 Kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan industri kecil</p>	<p><b>Strategi SO (agresif)</b></p> <p>1. Penggunaan botol baru yang bening putih untuk kemasan sesuai dengan permintaan banyak konsumen.</p> <p>2. Memberi fasilitas sewa kendaraan kepada pedagang pemasok yang tidak memiliki kendaraan sendiri.</p> <p>3. Memaksimalkan hasil produk dengan mutu memadai.</p>	<p><b>Strategi WO (diversifikasi)</b></p> <p>1. Pinjaman botol bekas dibatasi kepada pedagang pemasok yang memenuhi usaha.</p> <p>2. Penulisan khasiat minuman dalam label sebagai usaha meningkatkan omset penjualan.</p> <p>3. Rencana penghentian penggunaan botol bekas dengan botol baru yang putih bening.</p>
	<p><b>Faktor ancaman (T)</b></p> <p>T1 Persediaan jumlah botol bekas dipasar semakin menipis jumlahnya</p> <p>T2 Citra produk meminum Gulas dan cap dua banteng belum banyak dikenal masyarakat luas.</p> <p>T3 Persaingan kedepan semakin meningkat.</p> <p>T4 Teknologi pesaing semakin canggih.</p> <p>T5 Ketergantungan pada satu pedagang pemasok bahan baku</p>	<p><b>Strategi ST (diferensiasi)</b></p> <p>1. Promosi hasil produk perusahaan segera dijalankan.</p> <p>2. Peningkatan pengawasan mutu sebagai usaha memperluas pemasaran hasil.</p> <p>3. Pemberdayaan SDM dan atau merekrut SDM bermutu.</p>	<p><b>Strategi WT (defensif)</b></p> <p>1. Memanfaatkan lembaga keuangan sebagai pengunjung kegiatan industri.</p> <p>2. Meningkatkan pengenalan label produk untuk menjaga eksistensi industri Kecil.</p>

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

- Kiat sukses usaha PD. Budi Lestari adalah:
  - Memiliki tenaga pemasaran yang handal dengan jaringan pemasaran luas.
  - Bekerja dengan sistem borongan.
  - Penggunaan air matang dalam pengolahan minuman jamu untuk meningkatkan permintaan jamu.
  - Penggunaan perantara pedagang grosir yang lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungan perusahaan.
  - Penggunaan botol bekas sebagai kemasan minuman jamu menjadikan harga relatif terjangkau oleh konsumen.
- Minuman jamu Gula Asem kurang diminati konsumen.
- Hal lainnya, pengolahan minuman jamu masih tradisional, sehingga mengalami kesulitan dalam mengembangkan produk untuk memenuhi permintaan pasar.

### Saran

- Sebagai upaya untuk menjadikan usaha PD. Budi Lestari lebih sukses dan semakin berkembang menjadi usaha besar, diperlukan upaya berikut:
  - Pertambahan modal usaha.
  - Peningkatan mutu sumber daya manusia.
  - Promosi hasil produk.
- Kesulitan memperoleh botol bekas sebagai kemasan minuman jamu diatasi dengan penggunaan botol baru.
- Perlu meningkatkan penggunaan label bertuliskan khasiat minuman untuk memperjelas cirri-ciri dan mutu setiap jenis produk yang dihasilkan.
- Penggunaan teknologi mesin sebagai alat pengolahan minuman jamu dapat meningkatkan jumlah produksi minuman yang dihasilkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- PD. Budi Lestari. 2004. Company Profile. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta
- Swasta, B. dan Irawan. 1990. Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Umar, H. 1997. Studi Kelayakan Bisnis, Manajemen, Metode & Kasus, Cetakan Pertama, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta.