

## **STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM INDUSTRI TAHU DI KECAMATAN GUNUNG PUTRI KABUPATEN BOGOR (STUDI KASUS DI CV. WAHYU UTAMA)**

Awalia Syafitri<sup>1</sup>, Kardiman<sup>2</sup>, Safira Fathin<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Borobudur  
Email Korespondensi :  
awaliasyafitri8@gmail.com<sup>1</sup>  
Safira\_fathin@borobudur.ac.id<sup>2</sup>

**Naskah diterima : 27-2-2024, direvisi : 28-2-2024, dipublikasi : 29-2-2024**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja UMKM tahu CV. Wahyu Utama di Bojong Kulur. UMKM di Indonesia saling bersaing dengan kualitas produknya maka untuk memenangkan persaingan, UMKM harus menganalisis strategi pengembangan bisnis yang tepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT, analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan metode deskriptif analisa kuantitatif. Dari hasil perhitungan IFE didapatkan skor 3,08 yaitu faktor kekuatan dan kelemahan artinya kuat. Dari hasil perhitungan EFE didapatkan skor 2,48 yaitu faktor peluang dan ancaman berarti sedang. Pada hasil analisis IE menempati kuadran IV yang artinya strategi pengembangan CV. Wahyu Utama tumbuh dan berkembang.

**Kata kunci :** Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Strategi Pengembangan

### **I. PENDAHULUAN**

Menurut Undang-Undang No. 20 (2008) UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang No. 20 tahun 2008. UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha. Penggolongan UMKM didasarkan batasan omzet pendapatan per tahun, jumlah kekayaan aset, serta jumlah pegawai.

Menurut Damanik (2023) ini terlihat dari data yang dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), total UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada 2022. Pulau Jawa mendominasi sektor ini. Tercatat, Jawa Barat menjadi juara UMKM dengan

jumlah 1,49 juta unit usaha. Beda tipis di urutan kedua ada Jawa Tengah yang mencapai 1,45 juta unit. Ketiga, ada Jawa Timur sebanyak 1,15 juta unit.

Menurut Apriliani (2022) UMKM di Jawa Barat menjadi salah satu motor penggerak ekonomi telah memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Terbukti dengan adanya sektor UMKM yang mendominasi. Dukungan pemerintah serta kerjasama masyarakat juga menjadi pendukung suksesnya UMKM Jawa Barat.

Menurut Aditya (2017) salah satu UMKM yang berada di Jawa Barat yaitu pengolahan kedelai menjadi tempe dan tahu. Produk olahan kedelai antara lain tempe dan tahu yang merupakan sumber protein nabati yang banyak dikonsumsi sebagian besar masyarakat Indonesia. Kebutuhan kedelai dari tahun ke tahun semakin meningkat, namun Indonesia mengalami berbagai permasalahan seperti ketersediaan dalam negeri yang belum mencukupi, sehingga untuk memenuhi kekurangan kebutuhan dalam negeri harus melakukan impor.

Tabel 1. Konsumsi Kedelai Kabupaten Bogor Tahun 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Konsumsi (ton/tahun)	Jumlah Produksi (ton/tahun)	Jumlah Impor (ton/tahun)
1	2017	2.565.992	538.728	2.671.914
2	2018	3.050.214	650.000	2.585.809
3	2019	3.186.612	424.190	2.670.086
4	2020	3.224.888	632.326	2.475.286
5	2021	3.255.365	613.318	2.576.619

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Menurut Hafni (2022) konsumsi kedelai nasional terus meningkat dari tahun ke tahun. Penyebabnya adalah tingginya permintaan masyarakat akan kedelai sebagai sumber pangan protein nabati. Kenaikan pada tingkat kebutuhan konsumsi ini berpengaruh terhadap peningkatan impor. Kedelai di impor karena produksi kedelai dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan di dalam negeri baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk kebutuhan industri.

Menurut KOPTI (2021) Kabupaten Bogor merupakan salah satu sentra UMKM tahu di Jawa Barat. Berdasarkan data dari Koperasi Produsen Tempe dan

Tahu Indonesia (KOPTI) Kabupaten Bogor tahun 2021 pengrajin tahu sebanyak 350 UMKM. UMKM tahu tersebar di berbagai kecamatan salah satunya Kecamatan Gunung Putri. Salah satu pengrajin tahu anggota dari KOPTI (Koperasi Pengrajin Tahu Tempe Indonesia) yang berada di Kecamatan Gunung Putri adalah UMKM tahu milik CV. Wahyu Utama tepatnya berada di Desa Bojong Kulur. Wilayah ini berada di sekitar pemukiman warga yaitu Perumahan Vila Nusa Indah 5 sehingga, selain memudahkan pemasaran ke masyarakat, tahu dari CV ini juga dipasarkan langsung ke pedagang-pedagang di pasar wilayah Bogor dan sekitarnya.

UMKM saling bersaing dengan kualitas produk masing-masing sehingga, untuk mempertahankan segmentasi pasar maka, UMKM harus mempunyai nilai lebih pada produknya. Untuk itu diperlukan strategi pengembangan yang tepat supaya dapat mempertahankan segmentasi pasar dan membuka peluang pasar yang baru.

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini dengan judul Analisis SWOT, IFE, EFE dan Strategi Pengembangan UMKM Tahu di Kecamatan Gunung Putri (Studi Kasus CV. Wahyu Utama) adalah untuk menemukan faktor internal dan faktor eksternal UMKM tahu untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat. Dalam penelitian ini akan digunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*) yang terdiri dari IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) untuk menemukan rekomendasi strategi pengembangan UMKM tahu CV Wahyu Utama di Kecamatan Gunung Putri.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang terjadi adalah dibutuhkannya strategi pengembangan UMKM industri tahu CV. Wahyu Utama. Langkah pertama adalah menemukan faktor internal dan faktor eksternal pada industri tersebut. Lalu kemudian, mengolahnya dengan matriks IFE, matriks EFE, dan matriks analisis SWOT untuk menemukan strategi yang tepat.

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM tahu CV. Wahyu Utama di Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri,

Kabupaten Bogor. Untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk UMKM tahu CV. Wahyu Utama di Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor menggunakan analisis SWOT, analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).

### Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya yaitu diharapkan mampu menjadi cara mengembangkan materi serta dapat menambah pengetahuan penulis mengenai penelitian ini. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan dalam melakukan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan referensi untuk menjadi acuan penelitian selanjutnya maupun sebagai pengembangan wawasan pengetahuan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Konsep UMKM mengacu pada sektor usaha yang melibatkan unit usaha dengan skala kecil hingga menengah, baik dalam hal jumlah karyawan, aset, maupun pendapatan yang dihasilkan.

Tabel 2. Gambaran Umum Pembagian UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Jenis Usaha	Jumlah Karyawan	Aset/tahun	Pendapatan/tahun
Mikro	< 10 orang	< Rp50 juta	< Rp300 juta
Kecil	10-50 orang	Rp50 - Rp500 juta	Rp300 juta - Rp2,5 M
Menengah	51-300 orang	Rp500 juta - Rp10 M	Rp2,5 M - Rp10 M

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008

Menurut Bank Indonesia (2015) UMKM memiliki arti penting yang signifikan dalam perekonomian suatu negara. Berikut ini beberapa poin untuk menjelaskan arti penting UMKM:

1. Penciptaan lapangan kerja
2. Peningkatan pertumbuhan ekonomi
3. Pengembangan industri
4. Motivasi kewirausahaan
5. Pemerataan pendapatan dan pengurangan kesenjangan sosial
6. Pemeliharaan budaya dan kerajinan lokal

Menurut Hanim dan Noorman (2018) di Indonesia, terdapat berbagai jenis UMKM yang beroperasi diberbagai sektor. Beberapa jenis UMKM yang umum ditemui di Indonesia antara lain:

- 1) UMKM Perdagangan seperti toko kelontong, warung, minimarket, toko pakaian, dan toko online.
- 2) UMKM Jasa seperti jasa perbaikan elektronik, jasa perbaikan kendaraan, salon kecantikan, laundry, jasa pembersihan, jasa konsultasi, dan jasa desain grafis.
- 3) UMKM Kuliner seperti warung makan, kafe, restoran, kedai kopi, usaha kue dan roti, serta usaha kuliner tradisional.
- 4) UMKM Industri Kreatif seperti produksi kerajinan tangan, kerajinan tekstil, produk fashion, industri musik, seni rupa, desain interior, serta industri media dan hiburan.
- 5) UMKM Pertanian dan Perikanan seperti peternakan ayam, budidaya ikan, kebun sayur, perkebunan kopi, dan usaha pangan olahan.
- 6) UMKM Teknologi Informasi seperti pengembangan perangkat lunak, jasa pengembangan website, jasa pemasaran digital, startup teknologi, dan penyedia layanan IT.
- 7) UMKM Pariwisata seperti usaha penginapan, rumah makan wisata, tour operator, agen perjalanan, penyewaan kendaraan, dan usaha jasa pendukung pariwisata.
- 8) UMKM Konstruksi dan Bangunan seperti usaha bahan bangunan, kontraktor kecil, jasa tukang, usaha mebel, dan jasa renovasi.
- 9) UMKM Kesehatan seperti apotek kecil, klinik kecil, praktik dokter, usaha kesehatan alternatif, dan penyedia produk kesehatan.

- 10) UMKM Energi Terbarukan seperti usaha panel surya, pembuatan alat energi terbarukan, dan penyedia jasa konsultasi energi terbarukan.

### **Kedelai**

Menurut Panuju (2020) tahu dibuat dari kacang kedelai dan dilakukan proses penggumpalan (pengendapan). Tahu diproduksi dengan memanfaatkan sifat protein, yaitu akan menggumpal bila bereaksi dengan asam. Penggumpalan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak diseluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula tercampur dalam sari kedelai akan terperangkap didalamnya. Pengeluaran air yang terperangkap tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tekanan, semakin banyak air yang dapat dikeluarkan dari gumpalan protein, gumpalaan protein itulah yang disebut sebagai “tahu”.

### **Tahu**

Menurut Widianingrum (2015) tahu merupakan olahan kacang kedelai yang memiliki kandungan protein nabati yang sangat tinggi. Tahu kaya akan protein, kalsium, zat besi, rendah sodium, rendah kolesterol, dan rendah kalori. Selain itu, tahu juga juga mempunyai kelebihan yaitu memiliki kandungan lemak jenuh yang rendah. Sehingga, tahu sangat aman untuk dikonsumsi setiap hari.

Menurut Aladin (2020) kemudian dari segi kesehatan, tahu mempunyai banyak manfaat diantaranya mengurangi kolesterol, membantu mengurangi protein diabetes, meningkatkan fungsi ginjal serta dapat mengurangi keropos tulang.

### **Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threat*)**

Menurut Dwijayanti (2019) analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah sebuah metode analisis yang digunakan dalam industri untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh sebuah perusahaan atau industri secara keseluruhan. Analisis SWOT membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan strategi bisnis. Berikut adalah penjelasan singkat tentang setiap komponen analisis SWOT dalam konteks industri:

#### ***Strengths* (Kekuatan)**

Menurut Eldiana (2019) kekuatan merujuk pada aspek-aspek positif yang membedakan perusahaan atau industri dari pesaingnya. Ini bisa berupa keahlian khusus, sumber daya yang kuat, merek yang kuat, inovasi teknologi, keunggulan operasional, atau keunggulan lainnya yang memungkinkan perusahaan atau industri mencapai keunggulan kompetitif.

### ***Weaknesses (Kelemahan)***

Menurut Siburian (2020) *weaknesses* (Kelemahan) dalam analisis SWOT merujuk pada aspek-aspek negatif atau kelemahan internal yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau industri. Kelemahan-kelemahan ini dapat membatasi kinerja atau keberhasilan perusahaan dan perlu diatasi atau dikelola dengan baik.

### ***Opportunities (Peluang)***

Menurut Akbar dkk (2020) *Opportunities* (Peluang) dalam analisis SWOT merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat memberikan manfaat atau keuntungan bagi perusahaan atau industri. Peluang-peluang ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja, pertumbuhan, atau ekspansi perusahaan.

### ***Threats (Ancaman)***

Menurut Putri (2018) *Threats* (Ancaman) dalam analisis SWOT merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat kinerja atau keberhasilan perusahaan atau industri. Ancaman-ancaman perlu diidentifikasi dan dikelola dengan baik agar perusahaan dapat mengantisipasi risiko dan menghadapinya dengan strategi yang tepat.

### **Faktor Internal**

Menurut Febrian dan Kristianti (2020) Faktor internal industri dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang berasal dari dalam industri itu sendiri yang mempengaruhi kinerja industri. Faktor internal ini meliputi sumber daya manusia, teknologi, manajemen, dan keuangan.

### **Sumber Daya Manusia**

Menurut Apriliana (2022) sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor penting dalam sebuah organisasi. SDM merupakan kumpulan individu yang memiliki kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan organisasi. SDM adalah aset terpenting dalam

organisasi karena mereka yang bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya lainnya.

### **Produksi**

Menurut Mushafa (2022) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada. Melihat definisi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa proses produksi merupakan kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan faktor-faktor yang ada seperti : tenaga kerja, mesin, bahan baku, dan dana agar lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia.

### **Manajemen**

Menurut Norvadewi (2017) manajemen dalam industri merupakan suatu proses pengelolaan sumber daya yang dilakukan oleh manajer dalam suatu perusahaan industri. Manajemen dalam industri bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan efektif dan efisien. Manajemen dalam industri meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya perusahaan.

### **Keuangan**

Menurut Sihombing (2022) industri merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Faktor keuangan menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam industri. Faktor keuangan dalam industri mencakup berbagai aspek, seperti modal, investasi, pengeluaran, pendapatan, dan laba. Faktor keuangan ini sangat mempengaruhi kinerja industri dan keberlangsungan bisnis.

### **Teknologi**

Menurut Annasai (2022) adalah suatu cara atau metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Teknologi dapat berupa alat, mesin, atau sistem yang digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan pekerjaan atau aktivitas sehari-hari. Teknologi juga dapat berupa pengetahuan atau keterampilan yang digunakan untuk menciptakan atau mengembangkan produk atau layanan baru. Salah satu pengaruhnya teknologi dapat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, menghemat waktu, menghemat pengeluaran, menunjang

inovasi di berbagai bidang, melancarkan komunikasi, serta mempercepat transaksi dan administrasi keuangan.

### **Faktor Eksternal**

Menurut Susanthi (2017) Faktor eksternal industri merujuk pada elemen atau kekuatan di luar kendali langsung industri yang dapat mempengaruhi operasional, pertumbuhan, dan keberhasilan industri tersebut. Faktor-faktor ini dapat berasal dari lingkungan ekonomi, sosial, politik, teknologi, atau lingkungan alam sekitarnya.

### **Ekonomi**

Menurut Nangoy (2016) Pada dasarnya, ekonomi dalam industri melibatkan studi tentang bagaimana perusahaan dalam industri berinteraksi satu sama lain dan dengan lingkungan ekonomi yang lebih luas. Hal ini meliputi analisis tentang bagaimana keputusan dan tindakan individu perusahaan mempengaruhi perilaku pasar, harga, persaingan, efisiensi produksi, dan distribusi sumber daya.

### **Sosial dan Budaya**

Menurut Winnerko (2023) faktor sosial dan budaya merupakan elemen penting yang mempengaruhi industri. Mereka mengacu pada nilai-nilai, norma, kepercayaan, tradisi, preferensi konsumen, dan aspek-aspek sosial lainnya yang membentuk perilaku dan preferensi dalam masyarakat.

### **Lingkungan**

Menurut Rahmawati (2022) faktor lingkungan dalam industri merujuk pada aspek-aspek fisik, alamiah, dan manusia dalam lingkungan yang mempengaruhi operasi, keberlanjutan, dan dampak industri terhadap lingkungan sekitarnya. Faktor lingkungan ini mencakup berbagai elemen yang berinteraksi dengan kegiatan industri, termasuk aspek geografis, sumber daya alam, kualitas udara, air, dan tanah, keanekaragaman hayati, serta aspek sosial yang terkait dengan lingkungan.

### **Hukum dan Regulasi**

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2019) faktor hukum dan regulasi dalam industri merujuk pada peraturan, kebijakan, dan undang-undang yang mengatur operasi dan kegiatan industri. Faktor ini mencakup kerangka

hukum yang mengatur aspek-aspek seperti lisensi, izin, persyaratan lingkungan, ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, dan persaingan bisnis.

### **Strategi Pengembangan**

Menurut Apriyani (2017) Pengembangan pada industri merujuk pada proses atau langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan dan memperluas kegiatan industri, produk, layanan, atau kapabilitas dalam rangka mencapai pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang. Pengembangan industri dapat melibatkan berbagai aspek seperti pengembangan produk, ekspansi pasar, inovasi, peningkatan proses operasional, dan pengembangan sumber daya manusia.

### **III. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah teknik untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data berupa data primer maupun data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu bermaksud untuk mengetahui serta mendapatkan gambaran tentang permasalahan yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu, kemudian berusaha menganalisa dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi untuk pemecahan masalah mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari populasi. Dalam metode deskriptif ini diarahkan kepada analisa kuantitatif yaitu merupakan analisa penelitian menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur.

Penelitian ini dilakukan pada CV. Wahyu Utama yang berada di Desa Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Jenis data yang digunakan pada penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dari owner CV. Wahyu Utama, karyawan yang bekerja di tempat tersebut, konsumen tahu yang tersebar di pasar wilayah Bogor, serta industri tahu disekitarnya yang menjadi pesaing bisnis. Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari BPS, catatan produksi, laporan keuangan, pemerintah atau lembaga yang berkaitan, pustaka buku dan sumber informasi lainnya yang valid.

Adapun yang digunakan dalam analisis ini adalah analisis data IFE dan EFE. Analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor*

*Evaluation*) adalah dua alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi.

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Gambaran Umum CV. Wahyu Utama**

CV. Wahyu Utama merupakan salah satu industri tahu yang berada di Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor yang telah tergabung dalam SPTI (Seduler Pengerajin Tahu Indonesia) dan KOPTI (Koperasi Tahu Tempe). CV tersebut sudah berdiri sejak 2018 hingga saat ini. CV. Wahyu Utama mampu memproduksi tahu sebanyak 5.000 pcs/hari dengan bahan baku kedelai sebanyak 8,3 kwintal. Sejumlah besar tahu yang diproduksi tersebut dipasarkan di daerah Cileungsi, Cisalak, Depok, Bantargebang, dan sekitarnya.

Proses produksi tahu CV. Wahyu Utama meliputi :

- 1) Perendaman dan pencucian
- 2) Penggilingan (penghalusan)
- 3) Penyaringan antara aci dan ampas
- 4) Pemasakan dengan uap
- 5) Penyaringan ulang
- 6) Pengentalan
- 7) Pencetakan sesuai ukuran
- 8) *Packing*

##### **Hasil Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal CV. Wahyu Utama**

###### **Faktor Internal Kekuatan**

- a. Tenaga kerja menguasai skill produksi tahu. Salah satunya pengalaman owner di bidang ini selama 29 tahun.
- b. Tahu yang dihasilkan bebas bahan kimia berbahaya
- c. Limbah industri tahu CV. Wahyu Utama dimanfaatkan sebagai sumber pakan ternak (ampas

###### **Faktor Internal Kelemahan**

- a. Produksi masih sederhana
- b. Produk tahu yang dihasilkan tidak tahan lama
- c. Industri memiliki ketergantungan dengan kedelai import

### **Faktor Eksternal Peluang**

- a. Industri tahu sebagai penyedia makanan sehat dan bergizi bagi masyarakat
- b. Tahu diterima semua segmen konsumen dan pemasaran yang luas
- c. Memiliki peluang peningkatan produksi dan inovasi produk olahan lain
- d. Pengguna media sosial di Indonesia meningkat
- e. Berkembangnya industri penggemukan ternak

### **Faktor Eksternal Ancaman**

- a. Harga kedelai mengikuti kurs dollar yang cenderung mengalami fluktuatif
- b. Persaingan pasar dengan protein hewani (daging, ayam, ikan)
- c. Kualitas kedelai lokal tidak dapat menggantikan kualitas kedelai import
- d. Persaingan dengan industri tahu lainnya

### **Analisis Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)**

Hasil analisis IFE mengunjukkan faktor kelemahan diketahui bahwa faktor kelemahan yang menempati urutan skor terkecil sebagai faktor terlemah adalah industri memiliki ketergantungan dengan kedelai impor sebesar 0,20. Kelemahan yang kedua yaitu produk tahu yang dihasilkan tidak tahan lama dengan nilai skor sebesar 0,26. Selanjutnya, dari hasil perhitungan Internal Factor Evaluation (IFE) diketahui bahwa aspek kekuatan dengan nilai urutan skor yang ketiga ialah memiliki SDM yang terbatas dengan nilai skor 0,26. Urutan nilai skor aspek kelemahan yang keempat ialah teknologi masih sederhana dengan nilai skor 0,34. Jumlah bobot secara keseluruhan pada matriks IFE yaitu sebesar 1,00 dengan jumlah skor 3,08. Hal ini berarti posisi CV. Wahyu Utama secara umum mampu memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk menutupi kelemahan-kelemahan yang ada.

### **Analisis Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)**

Berdasarkan hasil perhitungan EFE didapatkan skor 2,48 yang artinya bahwa faktor eksternal peluang dan ancaman CV. Wahyu Utama yaitu mempunyai pengaruh yang sedang. Berdasarkan identifikasi lingkungan eksternal pada Tabel 8, diketahui informasi mengenai faktor yang terkait dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh CV. Wahyu Utama. Faktor peluang industri tahu sebagai penyedia makanan sehat dan bergizi menjadi

peluang terbesar untuk mengembangkan CV. Wahyu Utama. Faktor peluang ini memiliki skor terbesar yaitu 0,53. Selanjutnya faktor tahu diterima semua segmen konsumen dan pemasaran yang luas dengan urutan skor kedua yaitu 0,45. Berkembangnya industri penggemukan ternak menjadi peluang urutan ketiga dengan nilai skor 0,34. Memiliki peluang peningkatan produksi dan inovasi produk olahan lain menjadi faktor peluang keempat dengan besar skor 0,26. Dan pengguna media sosial di Indonesia meningkat menjadi faktor peluang kelima dengan besar skor 0,20.

**Hasil Analisis Matriks IE**

Berdasarkan analisis matrik IE yang menggabungkan nilai total skor IFE sebesar 3,08 dan total skor EFE sebesar 2,48, diketahui bahwa posisi CV. Wahyu Utama berada pada kuadran IV. Kondisi kuadran IV menjaga ketersediaan bahan baku sehingga mudah didapatkan. Analisis matrik IE ini sekaligus menjadi pembuktian bahwa CV. Wahyu Utama merupakan potensi ekonomi sangat layak dikembangkan dengan menggunakan kekuataannya untuk mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman terutama terkait bahan baku kedelai serta memanfaatkan peluang terutama melalui strategi penetrasi, pengembangan pasar dan pengembangan produk industri kecil tahu.

**Hasil Kuadran Skor IFE dan EFE**

		Total Bobot Tertimbang IFE		
		Kuat (3,0-4,0)	Sedang (2,0-2,99)	Lemah (1,0-1,99)
Total Bobot Tertimbang EFE	Tinggi (3,0-4,0)	I	II	III
	Sedang (2,0-2,99)	IV	V	VI
	Rendah (1,0-1,99)	VII	VIII	IX

Gambar 1. Analisis Matriks IE (Kuadran IFE EFE)

- Tumbuh dan Membangun
- Jaga dan Pertahankan
- Panen dan Divestasi

Sumber : Fred R. David (2011)

Tumbuh dan Membangun

- 1) Membangun atau kerjasama dengan pembudidaya kedelai untuk menjamin ketersediaan bahan baku tahu.
- 2) Membuat olahan tahu seperti keripik tahu, tahu *crispy*, batagor, dan tahu walik.
- 3) Menyediakan toko sebagai tempat untuk melakukan transaksi jual beli disamping pendistribusian ke pedagang besar.
- 4) Kerjasama mitra tahu dengan cara membeli produk mitra kemudian dijual untuk memenuhi permintaan pasar
- 5) Menambah strategi pemasaran seperti menambah pelanggan serta meningkatkan promosi produk.
- 6) Meningkatkan kualitas layanan pelanggan misalnya dengan memberikan hadiah saat hari raya.
- 7) Memperluas wilayah pemasaran di Jabodetabek.
- 8) Mengikuti *bazaar* atau pameran untuk meningkatkan *branding* pemasaran.
- 9) Mengembangkan inovasi produk seperti membuat varian tahu susu, tahu goreng dan tahu kuning.

**Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Industri Tahu CV. Wahyu Utama Di Bojong Kulur Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor**

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks SWOT

	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
<b>Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tenaga kerja menguasai skill produksi tahu. Salah satunya pengalaman owner di bidang ini selama 29 tahun.</li> <li>2. Tahu yang dihasilkan bebas bahan kimia berbahaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi masih sederhana</li> <li>2. Produk tahu yang dihasilkan tidak tahan lama</li> <li>3. Industri memiliki ketergantungan dengan kedelai import</li> </ol>
<b>Eksternal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Limbah industri tahu CV. Wahyu Utama dimanfaatkan sebagai sumber pakan ternak (ampas)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Memiliki SDM yang terbatas</li> </ol>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan citra produk untuk menjangkau konsumen yang lebih tinggi melalui desain kemasan dan merek (S1, S2, O1, O2, O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan kapasitas karyawan melalui pelatihan keterampilan dalam bekerja (W4, O3)</li> </ol>
1. Industri tahu sebagai penyedia makanan		

<p>sehat dan bergizi 2. Tahu diterima semua segmen konsumen dan pemasaran yang luas 3. Memiliki peluang peningkatan produksi dan inovasi produk olahan lain 4. Pengguna media sosial di Indonesia meningkat 5. Berkembangnya industri penggemukan ternak</p>	<p>2. Membangun jejaring kerjasama bisnis (S1, S3, O3, O5) 3. Meningkatkan branding produk (S1, O4) 4. Memperluas jangkauan pemasaran (S1, O2, O4) 5. Memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran (S1, S2, O1, O2, O4)</p>	<p>2. Mengembangkan teknologi industri yang digunakan menjadi teknologi modern (W1, O3) 3. Membuat kerjasama dengan Pemerintah dan pihak lain (W3, W4, O1, O3)</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p><b>Threats (Ancaman)</b></p> <p>1. Harga kedelai mengikuti kurs dollar yang cenderung mengalami fluktuatif 2. Persaingan pasar dengan protein hewani (daging, ayam, ikan) 3. Kualitas kedelai lokal tidak dapat menggantikan kualitas kedelai import 4. Persaingan dengan industri tahu lainnya</p>	<p>1. Melakukan inovasi pada produk tahu (S1, T2, T4) 2. Menjaga kualitas produk dan pelayanan pelanggan (S1, T4) 3. Bantuan pemerintah terkait subsidi kedelai (S2, S3, T1, T3) 4. Meningkatkan nilai ekonomi limbah tahu (S3, T1)</p>	<p>1. Menjalin kerjasama yang baik dengan <i>supplier</i> kedelai (W3, T1, T3) 2. Program kerja SPTI dan KOPTI yang dapat menyelesaikan permasalahan pengrajin tahu (W3, W4, T1, T2, T3, T4)</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tahap selanjutnya dalam penelitian ini adalah implementasi rumusan strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal perusahaan pada UMKM tahu CV. Wahyu Utama di Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Faktor internal kekuatan berupa Tenaga kerja menguasai skill produksi tahu. Salah satunya pengalaman owner di bidang ini selama 29 tahun, tahu yang dihasilkan bebas bahan kimia berbahaya, limbah industri CV. Wahyu Utama dimanfaatkan sebagai sumber pakan ternak. Faktor internal kelemahan

berupa produksi masih sederhana, produk tahu yang dihasilkan tidak tahan lama, industri memiliki ketergantungan dengan kedelai import, dan memiliki SDM yang terbatas. Faktor eksternal peluang berupa industri tahu sebagai penyedia makanan sehat dan bergizi bagi masyarakat, tahu diterima semua segmen konsumen dan pemasaran yang luas, memiliki peluang peningkatan produksi dan inovasi produk olahan lain, pengguna media sosial di Indonesia meningkat, berkembangnya industri penggemukan ternak. Faktor eksternal ancaman berupa harga kedelai mengikuti kurs dollar yang cenderung mengalami fluktuatif, persaingan pasar dengan protein hewani (daging, ayam, ikan), kualitas kedelai lokal tidak dapat menggantikan kualitas kedelai import, persaingan dengan industri tahu lainnya.

Untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk CV. Wahyu Utama di Bojong Kulur, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor menggunakan analisis SWOT, analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Dari hasil perhitungan IFE didapatkan skor 3,08 yaitu faktor kekuatan dan kelemahan artinya kuat. Dari hasil perhitungan EFE didapatkan skor 2,48 yaitu faktor peluang dan ancaman berarti sedang. Pada hasil analisis IE menempati kuadran IV yang artinya strategi pengembangan CV. Wahyu Utama tumbuh dan berkembang.

### **Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut pemerintah, supaya lebih meningkatkan perhatian terhadap UMKM tahu yang ada di Kabupaten Bogor dengan memberikan dukungan serta bantuan. Para pengrajin tahu, upaya tetap menjaga kualitas tahu yang dihasilkan untuk menjaga kualitas tahu yang sehat. Perlu adanya inovasi pada produk tahu yang dihasilkan. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperluas pemasaran. Melakukan perbaikan kinerja SPTI dan KOPTI.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Aditya, Andina Dyah Ramadhani. 2017. Pengaruh Modernitas Sikap Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Tempe dan Tahu Di Kabupaten Bogor. Journal IPB. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.

- Dwijayanti, Gian. 2019. Analisis SWOT untuk Mengetahui Positioning Perusahaan dalam Menentukan Strategi Perusahaan pada UD. Mahkota Gempol. Skripsi. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Febrian, Lukas Dwi dan Kristianti, Ika. 2020. Identifikasi Faktor Eksternal Dan Internal Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Magelang). *Journal Of Economic, Management, Accounting, and Technology*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hanim, Lathifah Dan Noorman. 2018. *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Bentuk-Bentuk Usaha*. Semarang. Penerbit: Unissula Press.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2019. *Buku Laporan Analisis Kebijakan Industri, Perdagangan, dan Fasilitas Industri*.
- Koperasi Produsen Tempe tahu Idonesia Kabupaten Bogor. 2021. *Laporan Tahunan Pengurus Tahun 2021*. Bogor. Primer Koperasi Produsen Tahu Tempe Indonesia.
- Prayogo, Luhung Bagas, dkk. 2019. Kewirausahaan, Inovasi Teknologi, Dan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Makanan Di Kecamatan Cibinong. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*. 5 (2) : 85-86.
- Siburian, Agus Mangiring. 2020. Implementasi Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategi Bersaing Perusahaan Manufaktur Kimia (Studi Kasus Pada PT ABC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Sugiarti, Endang. 2022. *Buku Manajemen Strategi*. Tangerang: Penerbit Unpam Press.
- Widianingrum, Ida. 2015. *Teknologi Pembuatan Tahu Yang Ramah Lingkungan (Bebas Limbah)*. *Jurnal Dedikasi*. Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.