

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Perusahaan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Tulungagung merupakan usaha turun temurun yang didirikan oleh Pak Lasimun dan Ibu Sukini sejak tahun 1980-an dengan modal awal yang dimilikinya kurang lebih sebesar Rp. 1.000.000. Perusahaan ini didirikan pertama kali di Trenggalek pada generasi pertama yang merupakan usaha dari Keluarga Ibu Sukini yang pada saat itu hanya memproduksi jenang dan madumongso. Kemudian Ibu Sukini menikah dengan Pak Lasimun dan mereka berdua bekerjasama untuk mengembangkan perusahaan jenang tersebut pada generasi kedua yang berada di Tulungagung di kediaman Pak Lasimun. Perusahaan jenang Pak Lasimun mulai dikenal banyak orang berawal dari warga setempat yang sedang mengadakan hajatan kemudian mereka mencari-cari tempat produksi jenang dan pada akhirnya bertemu dengan Ibu Sukini dan Pak Lasimun, karena pada saat itu warga setempat yang dikenal adalah Pak Lasimun, maka secara tidak langsung jenang tersebut dikenal dengan sebutan Jenang Pak Lasimun.

Konsumen Jenang Pak Lasimun tidak hanya berasal orang hajatan saja, namun Pak Lasimun dan Ibu Sukini juga menjual jenangnya di pasar, sehingga jenang Pak Lasimun semakin dikenal banyak orang. Di usia pernikahan Ibu Sukini dan Pak Lasimun mereka dikaruniai 5 orang anak yang masing-masing memiliki profesi yang berbeda, Jenang Pak Lasimun

sendiri dikelola oleh anaknya yang kelima. Pada tahun 1999 Ibu Sukini meninggal dunia dan Pak Lasimun sudah cukup tua untuk melanjutkan usaha tersebut, sehingga usaha jenang jawa diwariskan kepada anaknya, karena pada saat itu yang berhasil dan mampu mengelola jenang pak lasimun adalah anaknya yang kelima yang bernama Bapak Suryadi bersama menantunya yang bernama Ibu Sita Hanasih. Maka perusahaan jenang lasimun dipercayakan dan dipegang oleh Pak Suryadi yang merupakan generasi ketiga.

Kemudian pada tahun 2000 perkembangan Jenang Lasimun begitu pesat dan cukup menjanjikan. Melihat perkembangan tersebut Pak Suryadi membuat surat perizinan untuk pertama kalinya melalui lembaga yang berwenang yaitu Sertifikat Penyuluhan (SP), dan setelah mendapatkan persetujuan akhirnya perusahaan tersebut mempunyai merk dagang usaha yaitu UD Sari Murni, yang awalnya bernama Jenang Pak Lasimun namun setelah adanya perizinan secara resmi nama perusahaan berubah nama menjadi Usaha Dagang (UD) Sari Murni dan sudah mendapat sertifikat halal. Sebelum diwariskan ke anak dan menantunya, perusahaan ini hanya digarap oleh Ibu Sukini dan Pak Lasimun, namun setelah berbentuk UD usaha ini memiliki beberapa karyawan yang membantu dalam proses produksi, pengemasan dan pendistribusian. Hingga saat ini karyawan yang dimiliki perusahaan kurang lebih berjumlah 20 orang, dan pemasarannya sudah sampai di berbagai wilayah Tulungagung, bahkan sampai luar kota. Karena jangkauan pasar yang semakin luas, Pak Lasimun dan Ibu Sukini juga menambahkan varian baru untuk produksinya menjadi 4 produk utama

yaitu jenang, madumongso, jadah dan wajik. UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun saat ini berkembang begitu pesat hingga pendistribusianya sampai ke luar Jawa Timur. Selain itu, UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun juga bekerjasama dengan beberapa perusahaan UMKM yang ada di Tulungagung, salah satunya produksi yang dihasilkan di UD Sari Murni sudah diambil oleh perusahaan “Kampung Oleh-Oleh dan Intan Jaya”, yang merupakan pusat oleh-oleh terbesar di kota Tulungagung.

Jumlah karyawan yang ada di UD Sari Murni saat ini sekitar 18 orang karyawan, yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu bagian yang melayani di toko ada 5 orang, pengaduk jenang sekitar 10 orang, bagian pembuatan tape ketan, pembuatan wajik, jadah serta madumongso, bagian pengemasan, dan bagian pemasaran. Karyawan toko merupakan karyawan yang digaji bulanan, sedangkan untuk bagian tenaga kerja pembuatan atau produksi dan pengemasan merupakan karyawan dengan sistem gaji borongan. Selain mengelola UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun, Bapak Suryadi juga memiliki Wisata Tegal Pule yang merupakan tempat wisata kuliner, dimana wisata ini merupakan bagian dari UD Sari Murni, lokasinya tidak jauh dengan UD Sari Murni karena masih berada dalam area UD Sari Murni, Tegal Pule mengusung tema tempat makan dengan latar belakang sawah atau tegalan yang masih asri dan dengan menu utama nasi gekgok khas Trenggalek dan aneka jenis bothok.

## **2. Letak Geografis**

Desa Bono adalah salah satu desa yang berada di Kabupaten Tulungagung tepatnya di Kecamatan Boyolangu. Desa Bono terletak

disebelah selatan pusat kota. Jarak Desa Bono dengan Kantor Kecamatan Sekitar 3 KM. Apabila ukuran dari permukaan laut maka posisi Desa Bono berada di Ketinggian antara 85 Meter diatas permukaan laut.<sup>1</sup>

Adapun batas-batasnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Waung Kecamatan Boyolangu
- b. Sebelah Selatan : Desa Moyoketen Kecamatan Boyolangu
- c. Sebelah Timur : Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Gondang

Sebagian wilayah desa Bono merupakan tanah dataran dan sebagian besar merupakan pemukiman penduduk dengan terdapat beberapa *home industry*. Salah satu industri yang mengalami kemajuan adalah industri kuliner. Cukup banyak industri kuliner yang berada di Desa Bono, salah satunya industri kuliner yang terkenal di Tulungagung adalah UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun. Perusahaan ini berlokasi di Jln Raya Cluwok, RT/RW 03/05, Cluwok, Desa. Bono, Kecamatan. Boyolangu, Kabupaten. Tulungagung, Jawa Timur. Letak lokasi ini sangat strategis karena belum ada *home insdustry* di sekitar wilayah tersebut yang menjual produk yang sama.

### **3. Struktur Organisasi di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

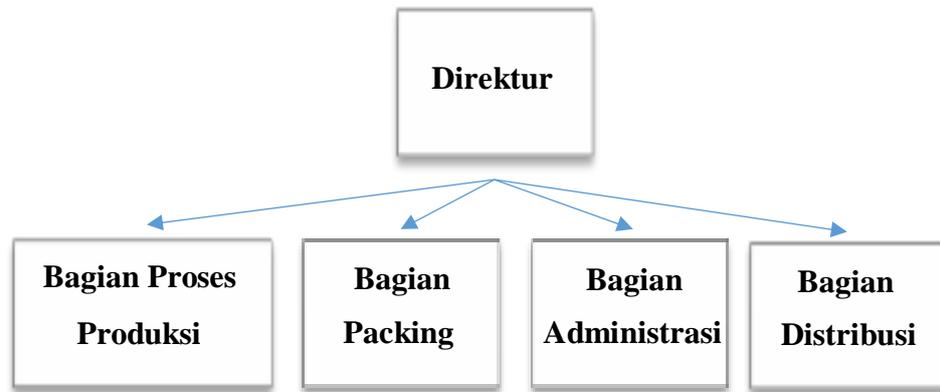
Struktur organisasi yang ada di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun adalah sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> <http://bono.tulungagungdaring.id/profil>, Diakses pada tanggal 10 Februari 2021, pada pukul 18.48 WIB.

Gambar 4. 1

## Struktur Organisasi Perusahaan UD. Sari Murni Jenang Pak Lasimun



Sumber: Data dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun

Tabel 4. 1

## Nama dan Tugas Karyawan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun

## Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>TUGAS</b>
1.	Suryadi	Direktur
2.	Nanang	Bagian Produksi
3.	Andik	Bagian Produksi
4.	Misdi	Bagian Produksi
5.	Sis	Bagian Produksi
6.	Toyo	Bagian Produksi
7.	Pi'i	Bagian Produksi
8.	Tamsuk	Bagian Produksi
9.	Dedik	Bagian Produksi
10.	Eko	Bagian Produksi
11.	Lilik	Bagian Packing
12.	Eka	Bagian Packing
13.	Febri	Bagian Packing
14.	Lia	Bagian Packing
15.	Mela	Bagian Packing
16.	Siti Hanasih	Bagian Administrasi

17.	Athadara	Bagian Administrasi
18.	Mona	Bagian Administrasi
19.	Ja'i	Bagian Distribusi
20.	Suyatno	Bagian Distribusi

Sumber : Data dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun

Penjelasan dan fungsi struktur organisasi yang ada di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun adalah sebagai berikut:

- a) **Direktur** adalah Seseorang yang ditunjuk untuk memimpin suatu lembaga perusahaan pemerintah, swasta atau lembaga lainnya, yang nantinya bertugas untuk menyusun, mengkomunikasikan dan menerapkan visi misi serta dapat menentukan kemana arah yang akan ditempuh oleh perusahaan. Direktur juga harus bisa menjamin bahwa karyawannya memahami visi, misi, serta tujuan perusahaan.
- b) **Bagian Proses Produksi** adalah Seseorang yang bertugas dalam memproduksi barang, jasa, atau makanan dan minuman dari bahan mentah hingga menghasilkan suatu produk yang nilainya lebih dari semula. Jadi proses produksi disini merupakan serangkaian kegiatan yang menggabungkan berbagai faktor produksi untuk menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi konsumen.
- c) **Bagian Packing** adalah Seseorang yang bertugas dalam melakukan pengepakan barang untuk dikirim dan menjamin kesiapan semua hasil produksi sudah berada dalam kemasan.
- d) **Bagian Administrasi** adalah seseorang yang bertugas dalam hal administrasi yang meliputi kegiatan mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, dan segala hal yang bersifat teknis ketatausahaan di dalam perusahaan.

- e) **Bagian Distribusi** adalah bagian awal dalam proses pemasaran, yang bertugas menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi serta menjamin barang atau produk yang didistribusikan sampai dengan aman di tangan konsumen.

#### **4. Visi dan Misi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Memiliki visi dan misi berarti sama saja dengan memetakan secara jelas, apa saja yang menjadi dasar tujuan didirikannya sebuah perusahaan. Hal inilah yang selanjutnya diharapkan oleh sebuah perusahaan akan memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan keuntungan dan kemajuan perusahaan. Tanpa adanya sebuah tujuan maka sulit, bagi suatu perusahaan khususnya manajemen untuk menggambarkan atau mengestimasi apa yang harus diimplemetasikan. Tujuan dari perusahaan UD Sari Murni dapat diuraikan sebagai berikut:

##### **a) Visi**

1. Menjadi pengusaha jenang jawa terkenal di Tulungagung bahkan sampai di seluruh Indonesia.
2. Menjadikan UD Sari Murni perusahaan jenang yang terkenal dan mampu bersaing di pasar nasional.
3. Berusaha dan berkarya untuk melestarikan budaya peninggalan keluarga yaitu dengan mempertahankan keberadaan kue kas jawa (jenang).
4. Mampu mensejahterakan masyarakat setempat.

**b) Misi**

1. Menjaga produksi jenang agar kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan tuntutan konsumen.
2. Membuat produk jenang yang berkualitas tinggi tanpa bahan pengawet.
3. Mendorong masyarakat untuk berinisiatif dalam pengembangan usaha, terutama produk olahan makanan oleh-oleh, yaitu sebagai penyedia tempat untuk menitipkan produk olahan makanan untuk dijual.
4. Mendirikan Wisata Kuliner Tegal Pule sebagai upaya meningkatkan perekonomian dan mensejahterkan masyarakat setempat.

**5. Pusat Informasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Informasi mengenai UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dapat diakses melalui alamat sosial media yang tertera dibawah ini:

No. Telp	: 081359244475
Youtube	: Tegal Pule Jenang Lasimun
Instagram dan Facebook	: jenang_paklasimun
Shoppe	: Jenang Pak Lasimun
Email	: <a href="mailto:jenanglasimun@gmail.com">jenanglasimun@gmail.com</a>

**6. Fasilitas dan Unit Pengolahan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Fasilitas dan unit pengolahan yang tersedia di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun, mulai dari produksi, pengemasan sampai pendistribusian meliputi:

a. Wajan Besar/ Kawah

Terbuat dari besi tembaga yang berfungsi sebagai tempat masak jenang dengan ukuran panjang 1 m dan tinggi 0,5 m.

b. Alat Pengaduk

Terbuat dari kayu yang berfungsi untuk mengaduk rebusan jenang yang terdapat dalam wajan/ kawah yang digerakan oleh tenaga manusia.

c. Mesin Pengupas Kelapa

Berfungsi sebagai pengupas kelapa secara otomatis, dengan menggunakan bantuan tenaga listrik.

d. Mesin Pamarut Kelapa

Berfungsi sebagai alat untuk memarut atau menggiling kelapa, yang nantinya hasil parutan atau gilingan akan diambil santanya, yang secara otomatis digunakan dengan bantuan tenaga listrik.

e. Pengepres Parutan Kelapa

Berfungsi sebagai alat untuk mengepres parutan atau gilingan kelapa yang telah dicampur dengan air untuk menghasilkan santan.

f. Loyang

Berfungsi sebagai tempat jenang setelah rebusan jenang masak atau tempat ditiriskanya jenang setelah masak yang selanjutnya dikemas.

g. Bak Plastik atau ember

Berfungsi sebagai penampung santan kelapa yang akan dimasukan dalam wajan atau kawah untuk direbus. Dan digunakan sebagai wadah untuk bahan baku lainnya.

h. Tampah dan Besek

Besek digunakam sebagai tempat mengemas jenang yang sudah matang untuk selanjutnya dipasarkan. Sedangkan tampah sebagai tempat untuk mengangkut besek dengan jumlah banyak untuk menaruh jenang kedalam etalase agar lebih efisien.

i. Pisau

Berfungsi untuk memotong jenang yang sudah masak yang selanjutnya dikemas.

j. Centong Nasi

Berfungsi untuk mengambil jennag yang sudah masak, untuk dimasukan ke dalam besek atau wadah yang sudah disediakan.

k. Timbangan

Berfungsi untuk menimbang berat jenang yang sudah masak untuk dimasukan didalam besek.

l. Etalase

Berfungsi sebagai tempat produk jenang yang sudah dikemas dan siap dijual.

m. Mobil

Sebagai alat transportasi yang digunakan dalam memasarkan produk jenang.

n. Mesin kasir

Seperangkat alat elektronik yang digunakan untuk menghitung transaksi keuangan.

**7. Hasil Produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

a. Jenang Ketan

Makanan yang dibuat dari tepung ketan lalu dimasak dengan santan dan ditambahkan gula merah atau gula putih yang merupakan makanan khas yang menjadi simbol doa, harapan, persatuan dan semangat masyarakat Jawa.

b. Jenang Campur

Jenang campur hampir sama pembuatannya dengan jenang biasa, namun percampuran antara ketan dengan beras lebih kuat dan tekstur dari jenang campur lebih lembut dan mudah dipotong.

c. Madumongso

Madumongso adalah kudapan manis yang terbuat dari ketan hitam yang difermentasikan kemudian dimasak dengan gula.

d. Jadah

Makanan yang terbuat dari beras ketan yang dicampur dengan parutan kelapa.

e. Wajik

Makanan yang terbuat dari beras ketan yang dikukus kemudian dimasak dengan campuran santan, dan gula hingga berminyak dan terasa lembut.

**Tabel 4. 2**  
**Rincian Harga**

<b>No.</b>	<b>Jenis Produk</b>	<b>Rincian Harga</b>
1.	Jenang Ketan	32.000/Kg
2.	Jenang Campur	31.000/Kg
3.	Madumongso	40.000/Kg
4.	Wajik	32.000/Kg
5.	Jadah	32.000/Kg

Sumber : Data dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun

## **B. Temuan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwasanya pemasaran merupakan suatu kegiatan dasar yang memegang peranan penting dalam perusahaan. Kegiatan pemasaran dimulai dari perencanaan produk sampai produk berada ditangan konsumen, sehingga pemasaran memberikan pengaruh besar dalam naik turunnya volume penjualan pada suatu perusahaan bisnis. Strategi pemasaran memiliki banyak metode analisis yang digunakan, salah satunya yaitu strategi bauran pemasaran yang dianggap salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan, jika strategi tersebut dilaksanakan secara terarah dan terstruktur, maka akan mencapai hasil penjualan yang maksimal.

Sudah dijelaskan pada paparan sebelumnya, bahwa pemasaran memiliki peran penting baik dalam tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, dalam jangka pendeknya pemasaran yang baik berusaha untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya guna untuk membeli produk yang ditawarkan sedangkan dalam jangka panjangnya perusahaan berusaha untuk memberikan kepuasan

serta loyalitas kepada konsumen, sehingga dalam jangka panjangnya konsumen bisa berlangganan pada produk yang ditawarkan.

Dalam sebuah pemasaran baik perusahaan berskala kecil maupun besar hendaknya harus tetap memperhatikan nilai-nilai keislaman dalam berbisnis dengan meneladani pola bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah mulai dari sikap jujur, barang halal, tidak mengurangi timbangan dan lain sebagainya. Sehingga kita berbisnis tidak hanya untuk kepentingan pribadi, namun juga untuk mencapai kemasalahatan secara umum saling menguntungkan dan tidak merugikan salah satu pihak. UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun menerapkan strategi bauran pemasaran 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*) yang diteliti melalui alat pendekatan analisis SWOT untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini digali menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada informan selaku narasumber yang mampu memberikan informasi untuk memperkuat data yang diperoleh dilapangan dengan hasil sebagai berikut, sesuai dengan 3 masalah yang telah dirumuskan:

### **1. Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa bauran pemasaran merupakan kegiatan mengkombinasikan berbagai kegiatan marketing agar dicapai kombinasi maksimal dan hasil yang memuaskan mencakup dalam bauran pemasaran 4P. Adapun cakupan dari bauran pemasaran meliputi:

**a. Penerapan Strategi *Product* (produk) Bauran Pemasaran di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Produk merupakan suatu bentuk benda berwujud (barang) maupun tidak berwujud (jasa) yang dapat ditawarkan kepada konsumen karena memiliki nilai fungsi bagi yang membutuhkan. Produk menjadi icon tersendiri untuk menarik konsumen baik ingin mengenal produk atau bahkan untuk mengkonsumsinya, sehingga produk memiliki peran dalam penilaian terhadap kualitas yang pertama kali dilihat oleh konsumen. Seperti halnya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun yang berlokasi di Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung, strategi prroduk yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan memperhatikan kualitas, dan pengembangan produk. Adapun wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan produk yakni sebagai berikut:

**Tabel 4. 3**

**Proses Triangulasi Strategi Bauran Pemasaran Produk (Product) di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

<b>Informan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Informan I</b>	Awalnya usaha dagang kami dulu pada generasi pertama hanya memproduksi jenang dan madumongso saja mbak, kemudian setelah pak lasimun dan ibu sukini meninggal, usaha ini diturunkan kepada anak-anaknya, karena saudara saya lainnya memiliki profesi yang berbeda-beda dan ada yang tinggal diluar Tulungagung, maka usaha ini saya teruskan bersama istri. Dulu itu ya mbak, sebelum diteruskan kepada kami bapak dan Ibu menambah varian baru untuk produk utamanya. Sehingga total produk kami menjadi 4 produk utama

	sampai saat ini, diantaranya yaitu (Jenang, Madumongso, Jadah, Wajik). <sup>2</sup>
<b>Informan II</b>	Terkait dengan produk, memang benar apa yang di sampaikan oleh Pak Suryadi. Produk yang kami jual cukup bervariasi ya mbak, karena peminatnya tidak hanya dari Tulungagung saja. Ada yang dari Surabaya, Malang dan kota sekitar Tulungagung misalnya Blitar, Kediri, Trenggalek. Dan mbak ketahui juga jenang Lasimun sudah dikenal di daerah Thailand, Hongkong mereka bisa mengenal jenang kami karena orang TKI yang bekerja diluar negeri sana, mereka itu kalo pulang bawa jenang untuk dibawa kesana terus dikashkan ke bosnya dan bos nya itu suka dan selalu pesan ke TKI kalo pulang untuk tidak lupa membawakannya jenang Lasimun, itu cerita dari salah satu pelanggan kami mbak. Baru-baru ini UD Sari Murni menambahkan satu varasi lagi mbak, tapi bukan produk utama tapi memberi variasi rasa untuk produk utama yaitu jenang campur. Kami membuat variasi jenang campur, agar menarik banyak minat dari para konsumen <sup>3</sup>
<b>Informan III</b>	Produksi jenang kami cukup lengkap mbak dibandingkan yang lain dengan tim yang sangat solid dan kreatif kami yang awalnya hanya menawarkan produk yang murni atau polos saja yaa menyesuaikan kebutuhan para konsumen. Karena setelah kemaren terjadi pandemi covid dan itu berdampak cukup besar pada usaha kami ditambah lagi itu ada pembatasan untuk acara-acara salah satunya hajatan pernikahan bahkan yang terakhir tidak boleh diselenggarakan hajatan untuk sementara waktu, itu kami sempat terpuruk mbaa, saya sebagai karyawan pada saat itu sangat merasakan penurunan yang sangat signifikan. Tapi alhamdulillah kami tetap mampu bertahan dan karyawan masih bisa kerja dan saya bekerja dengan sistem shift, mungkin itu salah satu cara dari Pak Suryadi ya mbaa agar akaryawan tdak dirumahkan. Tim kami melihat situasi itu juga tidak hanya diam

<sup>2</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku Direktur Utama UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>3</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Andik (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober, 2021 pukul 10.00 WIB

	<p>saja mbak, kami sama-sama melihat potensi pada saat itu yaitu hajatan yang diselenggarakan cukup tertutup dan hanya dihadiri oleh keluarga inti saja dan karena banyak permintaan dari konsumen, untuk memesan jenang sebagai seserahan dan konsumen meminta untuk dihias secantik mungkin dan dari sinilah mbak kami mulai bisa bangkit lagi, tim kami khususnya bagian packing dan dibantu tim lainnya kami mengembangkan dengan membuat design-design terbaru. Selain itu kami by request juga mbak, konsumen pengen model seperti apa, kami tinggal menuruti keinginannya. Dan itu juga menarik konsumen lainnya untuk memesanya buat acara makan keluarag acara syukuran dengan design-design terbaru<sup>4</sup></p>
<b>Informan IV</b>	<p>UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun tidak hanya menawarkan produk jenang saja mbak, tapi kami juga menawarkan produk dari UMKM lainnya, salah satunya kami itu kerjasama dengan perusahaan oleh-oleh Intan Jaya yang merupakan pusat oleh-oleh terbesar di Tulungagung. Kami saling support produk masing-masing ya mbak. Jadi kami menitipkan produk kami ke tempat tersebut, kemudian produk dari tempat usaha mereka juga dititipkan ditempat kami. Dan tidak hanya dari Intan Jaya saja mbak kami juga menerima produk-produk dari UMKM lainnya dan kami menyediakan etalse besar untuk menampilkan produk-produk mereka, jadi selain jenang kami juga menyediakan jajanan atau camilan yang bisa dinikmati oleh konsumen dan dibawa pulang untuk oleh-oleh, soalnya ya mbak yang berdatangan kesini tu kebanyakan dari rombongan, ya emanag mereka berniat untuk berwisata kuliner di tempat kami. Ditambah kami mengemas jenang dengan wadah yang menarik dan tradisional yaitu dengan wadah besek, jadi wadahnya cukup menarik ya.<sup>5</sup></p>
<b>Informan V</b>	<p>Penawaran lainnya yang paling utama itu ada di kualitas produk juga mbak, selain sertifikat halal oleh MUI. Kami juga sangat memperhatikan bahan-</p>

<sup>4</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Hanasih (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 11.00 WIB

<sup>5</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Ja'i (bagian distribusi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 11.30 WIB

	<p>bahan yang terkandung dalam produk jenang kami yakni dengan tidak menambahkan bahan pengawet sedikitpun dan usia konsumsi dari jenang itu sendiri memang tidak lama, namun kami sangat menjaga kualitas dari produk kami, sehingga tidak memberikan rasa kecewa kepada konsumen. Kan kalo difikir-fikir seberapa pun harganya pasti konsumen kan juga memperhatikan kualitas bahan dari jenang kan mbak karena itu nanti yang mereka konsumsi dan akan berpengaruh pada kesehatan mereka dalam jangka panjang juga.<sup>6</sup></p>
<b>Kesimpulan</b>	<p>Berdasarkan pemaparan dari beberapa informan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam melakukan pengembangan usahanya dari segi produk yaitu dengan menambah jumlah produk yang awalnya hanya jenang dan madumongso, kemudian ditambah menjadi empat produk utama yaitu jenang, madumongso, jadah dan wajik. Selain itu ada juga varian baru yaitu jenang campur. Penawaran lainnya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun menyediakan jenang untuk acara seserahan. Selain dari produk hasil olahannya sendiri. Jenang Pak Lasimun juga menjual produk-produk UMKM lainnya yang diletakan rapi didalam etalase. Dan yang paling penting dan utama adalah kualitas jenang yang ditawarkan selain sertifikat halal dan BPOM, jenang pak lasimun sama sekali tidak mengandung bahan pengawet. Untuk tampilannya sendiri dikemas dengan rapi didalam besek dan mudah untuk dibawa konsumen.</p>

**b. Penerapan Strategi *Price* (harga) Bauran Pemasaran di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Harga merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya didalam pemasaran, dengan harga suatu organisasi atau perusahaan memperoleh income. Harga sangatlah mempengaruhi tingkat volume penjualan,

---

<sup>6</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Nanang (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober, 2021 pukul 12.00 WIB

karena harga seringkali dikaitkan dengan manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Didalam strategi harga, UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun menggunakan strategi seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**

**Proses Triangulasi Strategi Bauran Pemasaran Harga (Price) di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Informan	Jawaban
<b>Informan I</b>	Kalo terkait harga kami menawarkan harga sesuai dengan kualitas produk ya mbak, jenengan juga bisa menilai sendiri kalo produk kami tanpa bahan pengawet, jadi mungkin harga jenang di tempat kami pasti selisih lebih tinggi ya dari produsen jenang lainnya yang ada di Tulungagung. Ya mbak bisa menilai sendiri, dan konsumenpun juga tau, masa jenang yang kualitas bagus dijual dengan harga dibawa standar, kan pastinya tidak. Sebenarnya kalo dibilang mahal juga tdak dan kalo dibilang murahpun juga tidak, jadi kami berada pada level tengah agar seluruh masyarakat dapat menjangkaunya, harga sesuai pada umumnya lah mbak. <sup>7</sup>
<b>Informan II</b>	Memang benar apa yang disampaikan Pak Suryadi, jadi harga yang kami tawarkan berbeda-beda ya mbak, jadi kami tidak hanya menjual hanya untuk berat satu kilo saja, tapi kami melayani seluruh permintaan konsumen dengan berat berapapun mbaa, tapi ya kebanyakan itu rata-rata mereka memang memesan per kilo, jarang banget kalo ada yang pesan dibawah satu kilo. Jadi harganya sangat bervariasi untuk per kilonya menyesuaikan jenis produknya. Karena setiap produk bahanya juga beda-beda mbak jadi harganya juga tidak sama. Jadi kami menawarkan harga sesuai berat timbangan dan varian dari jenangnya. <sup>8</sup>

<sup>7</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku Direktur Utama UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 13.00 WIB

<sup>8</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Andik (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 14.00 WIB

<b>Informan III</b>	Misalnya saya sebagai konsumen kalo melihat harganya relative terjangkau mbak, direktur utama kami selalu bermusyawarah untuk saling memberikan masukan kepada kami jadi Pak Suryadi sendiri berusaha untuk produk yang dijual bisa terjangkau oleh banyak masyarakat luas, walaupun jika dibandingkan dengan produsen jenang lainnya harga kami mungkin relative lebih tinggi mulai dari selsih seribu atau dua ribu rupiah per kilonya. Tapi itu juga tidak mengurangi minat konsumen sih mba. Soalnya juga tidak kalah dengan rasa yang kami tawarkan <sup>9</sup>
<b>Kesimpulan</b>	Berdasarkan pemaparan dari beberapa informan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam melakukan pengembangan usahanya dari segi harga sesuai dengan kualitas produk dan bisa terjangkau oleh semua kalangan konsumen karena harga yang ditawarkan pun harga jenang pada umumnya. Harganya juga bermacam-macam sesuai jenis produk dan berat dari produknya.

**c. Penerapan Strategi *Promotion* (promosi) Bauran Pemasaran di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Didalam pemasaran, promosi merupakan suatu hal yang cukup harus diperhatikan oleh perusahaan karena kaitanya dengan upaya bagaimana cara mengkomunikasikan produk yang baik kepada masyarakat. Dengan itu promosi bisa menentukan berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mengenalkan dan memperluas minat konsumsi masyarakat terhadap suatu produk. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara mulai dari periklanan baik melalui media cetak atau media eletronik, melalui mulut ke mulut dan lain sebagainya.

---

<sup>9</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Athadara (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 25 Oktober 2021, pukul 15.00 WIB

Dalam Islam sikap yang jujur sangat diperlukan dalam hal promosi ini, karena kita mengkomunikasikan dan menawarkan suatu produk kepada konsumen yang baru mengetahui produk tersebut sehingga dalam hal ini memberikan komunikasi untuk mempengaruhi konsumen harus sesuai dengan fakta dari produk tersebut, sehingga konsumen berekspektasi sesuai dengan hal itu dan tidak memberi rasa kecewa. UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun melakukan strategi promosi dengan cara yang dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**

**Proses Triangulasi Strategi Bauran Pemasaran Promosi (Promotion)  
di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

<b>Informan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Informan I</b>	Dari mulut ke mulut mbak, itu promosi yang cepat nyampai ke orang-orang. Karena kalo mendengar Lasimun mereka pasti udah ga asing ya sama nama legendaris itu, ya usaha ini kan usaha yang berdiri sudah sejak lama yang diwariskan secara turun temurun kepada anaknya. Jadi sudah sangat banyak masyarakat mengenal jenang ini dan kami tinggal bagaimana cara ngembanginya aja si mbak. Ya kan bisa dilihat sendiri yah mbak promosi dari mulut ke mulut itu kami rasa sangat efisien dan emnguntungkan. Karena orang-orang yang merasa puas pasti akan promosi ke kerabat lainnya kalo ada Jenang enak tanpa bahan pengawet yaitu Jenang Pak Lasiimun. <sup>10</sup>
<b>Informan II</b>	Selain yang disampaikan Bapak Suryadi tadi mbak, kalo untuk promosi sendiri kami juga memanfaatkan sosial media mulai dari instagram, facebook, shoppe, youtube. Banyak sekali media sosial yang kami jangkau, karena kami rasa itulah promosi yang luas pemasaraan yang nantinya informasi bisa cepat

<sup>10</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku Direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Senin 26 Oktober, 2021 pukul 08.00 WIB

	<p>sampai di wilayah luar kota Tulungagung. Jadi kami aktif aja mba di semua sosial media, mungkin mbaknya juga bisa cek. Dan dampaknya juga sangat luar biasa mbak, banyak sekali customer kita yang dari luar Tulungagung, kamikalo Cuma manfaatin satu platform saja ga puas mbak, karena kemaren pernah Cuma fokus salah satu aja tapi setalh kami kemaren evaluasi kalo Cuma fokus di satu sosial media itu sangat kurang. Karena persaingan bisnis sekarang kan makin kuat ya mbak. Jadi kita kemaren harus mau untuk segera beradaptasi. Selain itu mbak, dari berbagai platform yang kami gunakanpun juga memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Untuk platform yang menurut kami paling rame itu facebook dan instagram, sehingga kami memanfaatkan sebaik-baiknya semua platform yang ada, Jadi kita lebih sering mengupload foto atau video usaha kami aja mbak.<sup>11</sup></p>
<b>Informan III</b>	<p>Promosi di sosial media itu yang paling utama saat ini ya, kami juga terbantu dari pengunjung yang datang ke lokasi. Diantaranya itu baru-baru kemaren kami kedatangan MC kondang dari Tulungagung namanya Faysal Antonio, dia sudah beberapa kali mempromosikan tempat kami melalui akun instagramnya dan itu sangat membantu kami dalam memperkenalkan produk kami jadi kita seperti mendapat endorse dari dia. Tidak hanya tu, beberapa bulan yang lalu kami juga kedatangan dari paguyupan kakang mbakyu Tulungagung, tiap tahunnya mereka rutin kesini sih mbak setiap ada even tahunnya dan kami pun juga sangat terbantu akan hal itu. Dan juga ada beberapa duta-duta di Tulungagung yang turut serta membantu kami. Mungkin itu salah satu bagian dari visi mereka ya mbak, yang ingin memberikan support kepada UMKM untuk tetep tumbuh dan berkembang. Memamng dengan pengenalan-pengenalan mereka kamipun juga terdorong untuk semangat terus berkembang mbak, walaupun terdesak dengan situasi seperti apapun<sup>12</sup></p>

<sup>11</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Febri (bagian packing UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun pada) Selasa 26 Oktober 2021, pukul 09.00 WIB

<sup>12</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Athadara (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Selasa 26 Oktober, 2021 pukul 10.00 WIB

<b>Kesimpulan</b>	Berdasarkan pemaparan dari beberapa informan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam melakukan pengembangan usahanya dari segi promosi cukup bervariasi jadi tidak terfokus dalam satu platform saja namun bervariasi. Promosi yang paling sukses menurut kami adalah promosi dari mulut ke mulut karena langsung dari mulut konsumen maka orang yang mendengarkannya akan langsung percaya dan tertarik. Selain itu kami juga melakukan promosi melalui media sosial, dari facebook, instagram shoppe dan youtube. Dan yang terakhir bauran promosi yang kami lakukan adalah endorse dari orang yang cukup dikenal oleh banyak orang.
-------------------	--

**d. Penerapan Strategi *Place* (Tempat/ Saluran Distribusi) Bauran**

**Pemasaran di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

Tempat (*place*) sangat erat kaitanya dengan pengalihan kepemilikan produk dari produsen ke konsumen melalui proses distribusi. Selain itu, tempat juga mengarahkan pada suatu lokasi dimana pembeli dan penjual bertemu untuk menyalurkan produknya. Di dalam Islam juga dijelaskan bahwasanya Rasulullah Muhammad SAW dalam melakukan perniagaan beliau tidak hanya menetap pada suatu tempat saja akan tetapi beliau juga berpindah-pindah ke berbagai wilayah sehingga beliau akan termashur dikalangan masyarakat umum.

Dalam hal ini pemilihan tempat atau lokasi suatu perusahaan baik berskala kecil maupun besar harus dipertimbangkan secara matang karena akan berpengaruh pada keberlangsungan hidup dari suatu perusahaan. Terkait dengan strategi tempat (*place*) dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 6

## Proses Triangulasi Strategi Bauran Pemasaran Tempat (Place) di UD

## Sari Murni Jenang Pak Lasimun

Informan	Jawaban
<b>Informan I</b>	<p>Dari awal saya memang mempertimbangkan tata letak dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dari toko pusat hingga cabang lainnya. Jadi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun itu letaknya dekat dengan jalan raya besar dan juga mudah dijangkau. Tidak hanya itu aja mbak, lokasi kami dekat dengan keramaian dari pasar dari pusat sekolah, jadi bukan ditempat pelosok atau di gang-gang kecil. Medan yang dilaluinya pun juga mudah, bisa dilalui semua kendaraan. Kami juga memiliki tempat parkir yang luas mbak jadi mobil, travel, motor bisa masuk semua di halaman parkir kami<sup>13</sup> Selain itu untuk meningkatkan penjualan kita, jadi kita bekerjasama dengan beberapa UMKM dan pusat oleh-oleh Tulungagung mbak, untuk menitipkan produksi kami, kami juga menjual di shoppe untuk memperluas pangsa pasar kami.</p>
<b>Informan II</b>	<p>Ada hal yang menarik lagi selain dari yang disampaikan oleh pak supriyadi mbak, saya bekerja disini kan sudah cukup lama dibagian belakang bangunan kami itu dulunya terdapat lahan yang cukup luas dan diisi taman-taman kecil. Ya mungkin karena kurang terawat dan kurang diperhatikan, akhirnya awal pandemi kemaren Pak Suryadi (pemilik UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) merubahnya menjadi seperti tempat wisata kecil yang terdiri dari bangunan gazebo, lokasinya sangat stراتيجis mbaa karena pengunjung seperti dihadapkan langsung dengan pemandangan persawahan dan semenjak adanya bangunan ini. UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun tu semakin ramai mbak, karena pengunjungpun juga disuguhkan dengan makanan kas bothok. Jadi dengan lokasi yang strategi dan aksesnya pun mudah, ditambah lagi wisata kuliner Tegal Pule.<sup>14</sup></p>

<sup>13</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Supriyadi (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Selasa 26 Oktober, 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>14</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Nanang (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Selasa 26 Oktober, 2021 pukul 13.00 WIB

<b>Informan III</b>	Adanya wisata Tegal Pule yang menjadi daya tarik utama para pengunjung mbak, walaupun sebelumnya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sudah memiliki banyak pengunjung, namun setelah dibangunnya wisata kuliner Tegal Pule banyak pengunjung-pengunjung baru yang berdatangan, karena tidak hanya jenang lasimun saja yang dikunjungi tapi juga kebanyakan orang tujuan utamanya ada di wisata kuliner tegal pule mbak. <sup>15</sup>
<b>Kesimpulan</b>	Berdasarkan pemaparan dari beberapa informan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun dalam melakukan pengembangan usahanya dari segi tempat adalah bahwa lokasi dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun mudah diakses oleh semua jenis kendaraan besar, lokasi yang dekat dengan pusat keramaian dan medan jalanya mudah dilalui oleh semua orang. Lokasinya sendiri memiliki halaman parkir yang luas untuk kendaraan mobi, travel dan itu cukup untuk parkir di halaman tersebut. Penawaran lokasi yang paling menarik lagi adalah terdapat wisata kuliner yang diberi nama Tegal Pule, wisata tersebut adalah wisata yang disediakan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun untuk tempat beristirahat sambil menikmati kuliner. Saluran distribusinya sendiri adalah UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun bekerjasama dengan beberapa UMKM untuk saling menjual barang produksinya.

## **2. Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung**

Strategi bauran pemasaran dengan mengguakan alat analisis SWOT yaitu dengan cara memilah dari segi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun. Menurut Fredy

---

<sup>15</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Ja'i (bagian distribusi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Selasa 26 Oktober, 2021 pukul 14.00 WIB

Rangkuty suatu penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT<sup>16</sup>. Dan hasil dari wawancaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**

**Proses Triangulasi Analisis SWOT Kekuatan (Strenght) di UD Sari**

**Murni Jenang Pak Lasimun**

Informan	Jawaban
Informan I	<p>Perlengkapan alat-alat ditempat usaha kami cukup lengkap yaa mbak, sampai saat ini karyawan juga belum pernah mengeluhkesahkan kekurangan alat atau ada alat yang tidak memenuhi standar. Mulai dari dapur, bagian packaging, kasir kami memfasilitasi sarana dan prasaran yang memadai. Selain itu yang lebih unggul ditempat kami itu adalah dari segi kualitas produk mbak, karena kami tdak memakai bahan kimia atau bahan pengawet lainnya dan benar-benar semuanya dari bahan alami, ya itu adalah cara kami untuk menjaga kualitas produk mbak, lagi pula kalo produk yang kami hasilkan itu berkualitas baik pembeli juga akan bertahan karena rasanya yang memiliki ciri khas. Karena cutomer kami juga tidak hanya dari lokal Tulungagung saja mbak, banyak dari kota-kota besar lainnya mulai dari Surabaya, Malang, sampai itu ada dari lintas Indonesia mbak, awalnya itu salah satu customer kita adalah seorang TKI yang setiap tahun pulang dan dia selalu mampir ke tempat kami untuk membawa jenang sebagai oleh-oleh dan dari situ kami memiliki pembeli dari luar Indonesia.<sup>17</sup></p>

<sup>16</sup> Fredi Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 18

<sup>17</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 08.00 WIB

<b>Informan II</b>	Sarana dan prasarana yang ada disini lengkap mbak, kami belum pernah merasakan kekurangan atau mengeluh soal kelengkapan alat. Saya disini kan bekerja sudah cukup lama mbak, jadi kurang lebih saya tau bagaimana kondisi dari lingkungan perusahaan, hal yang membuat saya betah disini adalah kekeluarganya, karena hampir tidak ada sekat anatara pemilik usaha dengan seluruh karyawan, kami saling bekerjasama dengan baik. <sup>18</sup>
<b>Informan III</b>	Kekeluarganya mbak, jadi Pak Suryadi sangat dekat dengan seluruh karyawannya hampir tidak ada sekat, semuanya sama di mata pak Suryadi dan tidak membeda-bedakan antara karyawan satu dengan karyawan lainnya. Jadi kita itu kerja tidak menunjukkan keunggulan masing-masing tapi bagaimana karyawan bisa saling bekerjasama, jadi semisal ada yang butuh bantuan tidak saling acuh mbak. Kalo keunggulan yang lain penawaran lokasi kami mbak, jadi selain strategis dan mudah dijangkau oleh pembeli Jenang Pak Lasimun juga menawarkan spot lokasi yang menarik juga mbak, jadi dibelakang dapur kami itu ada tempat wisata kuliner Tegal Pule, tempat itu dibangun memang untuk menarik customer lebih banyak lagi yang menjual aneka bothok dan makanan tradisional lainnya. <sup>19</sup>
<b>Informan IV</b>	Nama dari produksi jenang disini yang menjadi merk dagang kami mbak, karena nama lasimun sendiri sudah sangat melegendaris, sudah banyak orang yang kenal dengan nama jenang Pak Lasimun karena berdiri sudah sejak lama jadi udah banyak yang kenal. Karena sudah banyak yang berlangganan dengan produk jennag kami, jadi kami menjalin hubungan baik antara pembeli dengan karyawan <sup>20</sup>
<b>Informan V</b>	Jenang lasimun sudah dikenal sejak lama ya mbak, jadi orang – orang sudah banyak yang tau,

<sup>18</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Nanang (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>19</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Andik (bagian produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 10.00 WIB

<sup>20</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Febri (bagian packing UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 10.30 WIB

	mereka pun membeli disini juga puas soalnya mereka bisa mencicipi jenang secara langsung dan bisa melihat proses pembuatannya. <sup>21</sup>
<b>Informan VI</b>	Pembeli bisa melihat proses pembuatan secara langsung mbak, mereka juga bisa mencicipi secara langsung. Karena kami menyediakan tester khusus untuk pembeli, produknya juga bervariasi <sup>22</sup>
<b>Informan VII</b>	Bisa melayani semua kalangan ya mbak, baik secara pribadi dan pasar. <sup>23</sup>

Tabel 4. 8

**Proses Triangulasi Analisis SWOT Kelemahan (*Weakness*) di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

<b>Informan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Informan I</b>	Karena jajanan kami mulai dari bahan, proses pembuatan sampai hasilnya masih bersifat alami dan tradisional, kami cukup sulit bersaing dengan jajanan modern yang bisa bertahan lama dengan kemasannya yang praktis. Selain itu yang menjadi kendala dari kami itu pada bahan produksi mbak, karena yang kami butuhkan itu cukup banyak, jadi kami ambil barangnya itu di luar Tulungagung dan kami sering kehabisan barang, jadi kami harus sabar menunggu, sampai barangnya sudah tersedia, karena harus nunggu dulu jadi kami mengalami keterlambatan produksi. <sup>24</sup>
<b>Informan II</b>	Kalo kami dari tim produksi, sama seperti yang disampaikan Pak Suryadi mbak, yaitu keterlambatan produksi karena bahan-bahan

<sup>21</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Hanasih (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>22</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Athadara (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 11.30 WIB

<sup>23</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Jai (bagian distribusi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>24</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 14.00 WIB

	untuk proses pembuatan jenang yang sering kehabisan jadi kami harus sabar menunggu. <sup>25</sup>
<b>Informan III</b>	Bagian produksi hanya terbatas oleh orang-orang yang sudah mampu dan berpengalaman mbak, jadi di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun ini tidak menerima karyawan yang masih training dibagian produksi dan kebanyakan karyawan bagian produksi masih terikat keluarga atau hanya orang-orang terdekat dan terpercaya dari Pak Suryadi. <sup>26</sup>

Tabel 4.9

### Proses Triangulasi Analisis SWOT Peluang (*Opportunity*) di UD Sari

#### Murni Jenang Pak Lasimun

<b>Informan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Informan I</b>	Kami bisa melakukan promosi dimana saja mbak, melalui media online dan yang paling ampuh itu promosi dari mulut ke mulut. Walaupun kami sudah punya nama di Tulungagung dan sudah dikenal sejak lama, tapi kami terus melakukan promosi mbak, karena dengan promosi yang kami lakukan secara terus menerus, itu bisa meningkatkan permintaan kami dan jangkauan konsumen juga semakin luas. Saat ini sektor pariwisata yang ada di Tulungagung juga semakin berkembang, jadi banyak wisatawan yang berkunjung dilokasi kami untuk membeli jenang sebagai oleh-oleh, jadi tidak hanya buat hajatan atau acara lainya mbak, hasil produksi ditempat kami juga bisa dibawa untuk oleh-oleh jajanan tradisional. <sup>27</sup>
<b>Informan II</b>	Betul sekali yang dikatakan oleh Pak Suryadi mbak kami terus melakukan promosi, walaupun sudah dikenal banyak orang, yang lebih menguntungkan lagi ya mbak, banyak dari para

<sup>25</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Andik (bagian produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 14.30 WIB

<sup>26</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Febri (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Rabu 27 Oktober, 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>27</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Suryadi (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 08.00 WIB

	<p>pengunjung yang mau cuma-cuma mereview produk kami dan lokasi wisata kuliner kami dan itu tanpa kami suruh mbak, jadi mereka mau mempromosikannya melalui sosial media. Mungkin karena mereka merasa puas atau pelayanan yang menyenangkan kami juga kurang tau mbak, tapi yang kami tahu mereka mau mempromosikannya tanpa kami minta, mungkin pelayanan bagus sehingga membuat para pengunjung Banyak promosi yang meriew kunjunganya tanpa kami minta.<sup>28</sup></p>
<b>Informan III</b>	<p>Banyak review dari para pengunjung mbak dan itu tanpa kami minta, dengan adanya review dari pengunjung itu sangat menguntungkan bagi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun, ya mungkin dengan banyaknya promosi yang dilakukan usaha dagang jenang ini mampu bersaing dengan pedagang jenang lainnya.<sup>29</sup></p>

**Tabel 4. 10**

**Proses Triangulasi Analisis SWOT Ancaman (*Threats*) di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

<b>Informan</b>	<b>Jawaban</b>
<b>Informan I</b>	<p>Yang menjadi ancaman diperusahaan kami itu pada pedagang modern, karena kami semuanya masih bersifat tradisional dan hasilnya pun juga jajanan tradisional, pesaing kami itu di pedagang yang menjual jajanan modern yang produknya bisa bertahan lebih lama dan kemasanya juga praktis. Terkadang kami juga mengalami keterlambatan pada bahan produksi tapi pada harga bahan produksi yang tidak stabil, kadang harga bahan melonjak tinggi dan kamipun tidak menaikkan harga jenang, namun kami mengakalnya dengan mengurangi porsi</p>

<sup>28</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Hanasih (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 09.00 WIB

<sup>29</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Jai (bagian distribusi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 09.30 WIB

	jenangnya mbak, dengan itu konsumen juga tidak mengeluh soal harga jenang. <sup>30</sup>
<b>Informan II</b>	Harga bahan produksi yang sering naik dan tidak menentu mbak, terkadang itu juga membuat sulit kami bagaimana mengakalnya agar tetap untung dan pembeli juga tidak mengeluh soal harga. <sup>31</sup>
<b>Informan III</b>	Karena jenang ini bisanya dikonsumsi untuk acara-acara tertentu saja ya, terutama acara hajatan. Jadi terkadang permintaan juga tidak menentu. Ya mungkin karena musiman itu ya mbak, jadi kalo pas waktu musimnya permintaan itu biasanya melonjak ya begitu juga sebaliknya. <sup>32</sup>
<b>Informan IV</b>	Keadaan yang sangat mengkhawatirkan itu waktu kemaren awal-awal pandemi covid mbak, apalagi ditambah PSBB itu yang dampaknya pada pembatasan kegiatan, nah salah satunya yang terkena dampak itu juga acara hajatan yang tidak diperbolehkan mbak, pada saat itu mungkin kalo UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun tidak segera beradaptasi, mungkin kami bisa gulung tikar gara-gara pandemi covid, ya karena permintaan menurun drastis dan sampai pada saat itu ga ada orderan masuk <sup>33</sup>
<b>Informan VI</b>	Persaingan dengan pedagang lainnya ya mbak, karena perusahaan yang memproduksi jenang tidak hanya di Jenang Pak Lasimun saja tapi juga ada pedagang-pedagang jenang lainnya.. <sup>34</sup>

Setelah melakukan wawancara dengan seluruh narasumber dan pemaparan data pada tabel hasil wawancara diatas, maka hasil dari paparan tersebut dirangkum sebagai berikut:

---

<sup>30</sup> Wawancara langsung dengan Suryadi (selaku direktur UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 10.00 WIB

<sup>31</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Nanang (bagian proses produksi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>32</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Febri (bagian packing UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 11.30 WIB

<sup>33</sup> Wawancara langsung dengan Ibu Hanasih (bagian administrasi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>34</sup> Wawancara langsung dengan Bapak Jai (bagian distribusi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun) pada Kamis 28 Oktober, 2021 pukul 14.00 WIB

Tabel 4. 11

**Kesimpulan hasil wawancara faktor-faktor SWOT Pada UD Sari  
Murni Jenang Pak Lasimun**

No.	Keterangan
1.	<p><b>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</b> yang dimiliki oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kelengkapan alat atau sarana dan prasarana yang memadai</li> <li>b. Budaya organisasi yang begitu dekat antara karyawan dan pemilik</li> <li>c. Lokasi yang strategis</li> <li>d. Hubungan baik antara karyawan dan pembeli</li> <li>e. Kemampuan mempertahankan citra merk dagang</li> <li>f. Barang yang dijual dapat dilihat dan dirasakan secara langsung</li> <li>g. Kualitas produk yang alami tanpa bahan pengawet dan rasanya memiliki ciri khas</li> <li>h. Limbah dari kelapa bisa dimanfaatkan kembali untuk memasak jenang</li> </ol>
2.	<p><b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b> yang dimiliki oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Keterlambatan bahan produksi</li> <li>b. Karyawan bagian produksi masih terbatas dari orang-orang lama</li> <li>c. Produksi jajannya masih bersifat tradisional dan tidak bisa bertahan lama</li> </ol>
3.	<p><b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b> yang dimiliki oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Memberikan pelayanan yang bagus</li> <li>b. Banyak review dari para pengunjung</li> <li>c. Sektor pariwisata yang semakin berkembang menjadikan produksi Jenang Lasimun sebagai oleh-oleh</li> <li>d. Tenaga kerja dari lingkungan sekitar lokasi</li> <li>e. Mampu bersaing dengan pedagang lainnya</li> </ol>
4.	<p><b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b> yang dimiliki oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kenaikan bahan baku</li> <li>b. Keterlambatan bahan baku</li> <li>c. Keadaan pasar yang tidak menentu akibat pandemi covid</li> <li>d. Bersaing dengan pedagang jajanan modern</li> </ol>

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

### 3. Bauran Pemasaran Melalui Pendekatan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung

Hasil pemaparan dari narasumber mengenai strategi bauran pemasaran 4P dengan memperhatikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun melalui analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan, untuk selanjutnya peneliti akan melakukan beberapa langkah pertama yaitu pembuatan matrik analisis SWOT dengan dibuatnya tabel IFAS dan EFAS. Didalam tabel tersebut terdapat faktor-faktor internal maupun eksternal yang akan diberi pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besar skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Bobot dan rating ditentukan sebagai berikut:<sup>35</sup>

**Tabel 4. 12**

#### **Pembobotan dan Rating**

Bobot ditentukan sebagai berikut:		Rating ditentukan sebagai berikut:	
<b>Bobot</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Rating</b>	<b>Keterangan</b>
0,20	Sangat kuat	4	Major strength
0,15	Diatas rata-rata	3	Minor strength
0,10	Rata-rata	2	Major weakness
0,05	Dibawah rata-rata	1	Minor weakness

---

<sup>35</sup> Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) hal 250

Dari uraian pernyataan diatas dapat diketahui pembobotan dari setiap faktor sebagai berikut :

**Tabel 4. 13**  
**Pembobotan faktor-faktor SWOT Pada UD Sari Murni Jenang Pak**  
**Lasimun**

<b>Faktor-Faktor Dalam Analisis SWOT</b>		<b>Bobot</b>
<b>Kekuatan</b>	Kelengkapan alat atau sarana dan prasarana yang memadai	0,05
	Budaya organisasi yang begitu dekat antara karyawan dan pemilik	0,10
	Lokasi yang strategis	0,05
	Hubungan baik antara karyawan dan pembeli	0,05
	Kemampuan mempertahankan citra merk	0,20
	Barang yang dijual dapat dilihat dan dirasakan secara langsung	0,15
	Kualitas produk yang alami tanpa bahan pengawet dan rasanya memiliki ciri khas	0,20
	Limbah dari kelapa bisa dimanfaatkan kembali untuk memasak jenang	0,05
<b>Kelemahan</b>	Keterlambatan bahan produksi	0,05
	Karyawan bagian produksi masih terbatas dari orang-orang lama	0,05
	Produksi jajannya masih bersifat tradisional dan tidak bisa bertahan lama	0,05
<b>Peluang</b>	Memberikan pelayanan yang bagus	0,10
	Banyak review dari para pengunjung	0,20
	Sektor pariwisata yang semakin berkembang menjadikan produksi jenang lasimun sebagai oleh-oleh	0,20
	Tenaga kerja dari lingkungan sekitar	0,05
<b>Ancaman</b>	Kenaikan bahan baku	0,10
	Keterlambatan bahan baku	0,05
	Keadaan pasar yang tidak menentu akibat pandemi covid	0,05
	Persaingan dengan pedagang jajanan modern	0,05

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

## a. Matrik IFAS

Tabel 4. 14

## Matrik IFAS

Faktor-faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan	Kelengkapan alat atau sarana dan prasarana yang memadai	0,05	3	0,15
	Budaya organisasi yang begitu dekat antara karyawan dan pemilik	0,10	4	0,40
	Lokasi yang strategis	0,05	4	0,20
	Hubungan baik antara karyawan dan pembeli	0,05	3	0,15
	Kemampuan mempertahankan citra merk	0,20	4	0,80
	Barang yang dijual dapat dilihat dan dirasakan secara langsung	0,15	4	0,60
	Kualitas produk yang alami tanpa bahan pengawet dan rasanya memiliki ciri khas	0,20	4	0,80
	Limbah dari kelapa bisa dimanfaatkan kembali untuk memasak jenang	0,05	2	0,10
<b>Total</b>		<b>0,85</b>		<b>3,20</b>
Kelemahan	Keterlambatan bahan produksi	0,05	3	0,15
	Karyawan bagian produksi masih terbatas dari orang-orang lama	0,05	2	0,10
	Produksi jajanannya masih bersifat tradisional dan tidak bisa bertahan lama	0,05	4	0,20
<b>Total</b>		<b>0,15</b>		<b>0,45</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,00</b>		<b>3,65</b>

Sumber: data diolah oleh peneliti dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel internal kekuatan (*strength*) memiliki skor total 3,20 dan skor total kelemahan (*weakness*) 0,45. Sehingga total skor variabel internal 3,65. Dimana faktor kekuatan sebesar 3,20 lebih besar daripada skor total faktor kelemahan dengan nilai skor 0,45 yang berarti faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan.

**b. Matrik EFAS**

**Tabel 4. 15**  
**Matrik EFAS**

Faktor-faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang	Memberikan pelayanan yang bagus	0,10	2	0,20
	Banyak review dari para pengunjung	0,10	4	0,40
	Sektor pariwisata yang semakin berkembang menjadikan produksi jenang lasimun sebagai oleh-oleh	0,20	4	0,80
	Tenaga kerja dari lingkungan sekitar lokasi	0,20	2	0,40
	Mampu bersaing dengan pedagang lainnya	0,15	3	0,45
<b>Total</b>		<b>0,75</b>		<b>2,25</b>
Ancaman	Kenaikan bahan baku	0,10	3	0,30
	Keterlambatan bahan baku	0,05	2	0,10
	Keadaan pasar yang tidak menentu akibat pandemi covid	0,05	2	0,10
	Persaingan dengan pedagan jajanan modern	0,05	4	0,20
<b>Total</b>		<b>0,25</b>		<b>0,70</b>
<b>Total Keseluruhan</b>		<b>1,00</b>		<b>2,95</b>

Sumber: data diolah oleh peneliti dari hasil wawancara

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui variabel eksternal peluang (*opportunities*) memiliki skor total 2,25 dan ancaman (*threats*) memiliki skor total 0,70. Total skor variabel eksternal adalah 2,95. Dimana faktor peluang sebesar 2,25 lebih besar daripada faktor ancaman dengan nilai skor 0,70, yang berarti faktor peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. Kesimpulan dari kedua matrik IFAS dan EFAS dapat diketahui sebagai berikut:

1. Strategi SO :  $3,20 + 2,25 = 5,45$
2. Strategi ST :  $3,20 + 0,70 = 3,90$
3. Strategi WO :  $0,45 + 2,25 = 2,70$
4. Strategi WT :  $0,45 + 0,70 = 1,15$

Langkah kedua setelah pembuatan matrik IFAS dan EFAS, peneliti akan membuat Matrik SWOT:

**Tabel 4. 16**

**Matrik SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan alat atau sarana dan prasarana yang memadai</li> <li>2. Budaya organisasi yang begitu dekat antara karyawan dan pembeli</li> <li>3. Lokasi yang strategis</li> <li>4. Hubungan baik antara karyawan dan pembeli</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterlambatan bahan produksi</li> <li>2. Karyawan bagian produksi masih terbatas dari orang-orang lama</li> <li>3. Produksi jajananya masih bersifat tradisional dan tidak bisa bertahan lama</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>5. Kemampuan mempertahankan citra merk</li> <li>6. Barang yang dijual dapat dilihat dan dirasakan secara langsung</li> <li>7. Kualitas produk yang alami tanpa bahan pengawet dan rasanya memiliki ciri khas</li> <li>8. Limbah dari kelapa bisa dimanfaatkan kembali untuk memasak jenang</li> </ul>	
<p><b>Peluang (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pelayanan yang bagus</li> <li>2. Banyak review dari para pengunjung</li> <li>3. Sektor pariwisata yang semakin berkembang menjadikan produksi jenang lasimun sebagai oleh-oleh</li> <li>4. Tenaga kerja dari lingkungan sekitar lokasi</li> <li>5. Mampu bersaing dengan pedagang lainnya</li> </ul>	<p><b>Strategi SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pengembangan dan penetrasi pasar</li> <li>2. Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra positif dan pangsa pasar yang baru</li> <li>3. Mempertahankan citra merek dagang</li> <li>4. Menjaga kualitas dagangan agar tidak kalah saing dengan pasar modern</li> </ul>	<p><b>Strategi WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan tenaga kerja di sekitar lokasi untuk menambah tenaga kerja dibagian produksi</li> <li>2. Menambah strategi promosi online (facebook, isntagram, web, dll) dan promosi offline (mulut ke mulut)</li> <li>3. Membuka cabang produksi lagi di luar kota Tulungagung</li> </ul>
<p><b>Ancaman (T)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan bahan baku</li> <li>2. Keterlambatan bahan baku</li> <li>3. Keadaan pasar yang tidak menentu akibat</li> </ul>	<p><b>Strategi ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Memperkirakan jumlah bahan baku dengan kemampuan kapasitas produksi secara akurat yang digunakan untuk</li> </ul>	<p><b>Strategi WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu up to date mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen</li> <li>2. Melakukan riset dan pengembangan</li> </ul>

<p>pandemi covid</p> <p>4. Persaingan dengan pedagang jajanan modern</p>	<p>memproduksi barang oesanan oelanggan agar mengurangi kerugian di saat harga bahan baku naik secara signifikan</p> <p>2. Melakukan kerjasama dengan beberapa pemasok dan tidak hanya mengandalkan satu atau dua pemasok saja agar tidak terjadi keterlambatan bahan baku</p> <p>3. Mempertahankan kepercayaan supplier</p>	<p>inovasi produk sehingga produk mempunyai nilai lebih</p> <p>3. Menambah jaringan toko supplier bahan baku sehingga proses produksi tidak mengalami keterlambatan</p>
--	--	---

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan, mulai dari strategi SO, WO, ST dan WT. Kemudian menciptakan strategi yang dilakukan dengan cara menggabungkan antara faktor-faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah digambarkan maka dapat dilihat bahwa posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun sebagai berikut :

**Tabel 4. 17**

**Posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

IFAS		EFAS	
<b>Kekuatan</b>	<b>3,20</b>	<b>Peluang</b>	<b>2,25</b>
<b>Kelemahan</b>	<b>(0,45)</b>	<b>Ancaman</b>	<b>(0,70)</b>
<b>Hasil</b>	<b>2,75</b>	<b>Hasil</b>	<b>1,55</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dari tabel tersebut diketahui bahwa analisis faktor IFAS lebih besar dari analisis faktor EFAS. Faktor IFAS sebesar 2,75 sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 1,55. Berikut adalah data analisis faktor IFAS dan faktor EFAS yang ditampilkan dalam diagram analisis SWOT menurut pendapat Freddy Rangkuti:

**Diagram 4. 1**

**Posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun**

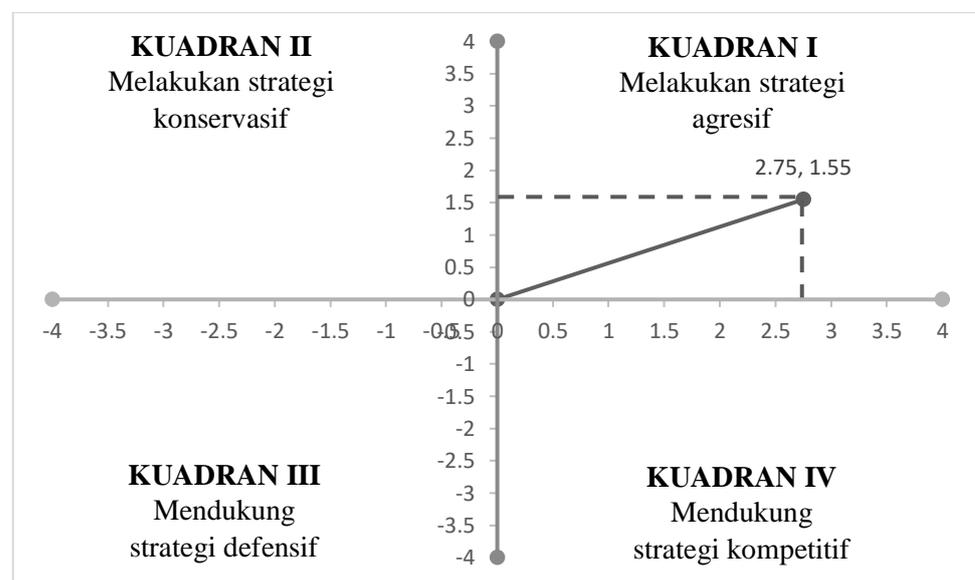


Diagram diatas adalah diagram analisis, dimana dalam diagram tersebut menunjukkan analisis faktor IFAS sebesar 2,75 sedangkan analisis faktor EFAS sebesar 1,55. Dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Desa Bono Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung berada pada kuadran I. Kuadran I menunjukkan bahwa posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun berada dalam performa yang baik. Pada kuadran ini perusahaan memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi kuadran I adalah

mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif bagi perusahaan. Kemungkinan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan ketika berada pada kuadran 1 yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif adalah strategi SO yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan matrik SWOT, strategi SO yang dapat dilakukan oleh UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pengembangan dan penetrasi pasar
2. Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik supaya terbentuk citra positif dan pangsa pasar yang baru
3. Mempertahankan citra merek dagang
4. Menjaga kualitas dagangan agar tidak kalah saing dengan pasar modern

Posisi UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun berada pada Kuadran 1, dimana perusahaan pada kondisi tersebut dalam performa yang baik yaitu memiliki kekuatan dan peluang yang baik, hal tersebut dibuktikan dari hasil penjualan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun pada satu tahun terakhir yaitu tahun 2021 terus mengalami peningkatan.

Tabel 4.18

## Data Penjualan UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun Tahun 2021

No.	Nama Produk	Berat/Kg	Harga/Kg	Total
<b>JANUARI</b>				
1	Jenang Ketan	420	Rp 32,000.00	Rp 13,440,000.00
2	Jenang Campur	300	Rp 31,000.00	Rp 9,300,000.00
3	Madumongso	150	Rp 40,000.00	Rp 6,000,000.00
4	Wajik	60	Rp 32,000.00	Rp 1,920,000.00
5	Jadah	60	Rp 32,000.00	Rp 1,920,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 32,580,000.00</b>
<b>FEBRUARI</b>				
1	Jenang Ketan	480	Rp 32,000.00	Rp 15,360,000.00
2	Jenang Campur	450	Rp 31,000.00	Rp 13,950,000.00
3	Madumongso	300	Rp 40,000.00	Rp 12,000,000.00
4	Wajik	90	Rp 32,000.00	Rp 2,880,000.00
5	Jadah	30	Rp 32,000.00	Rp 960,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 45,150,000.00</b>
<b>MARET</b>				
1	Jenang Ketan	540	Rp 32,000.00	Rp 17,280,000.00
2	Jenang Campur	540	Rp 31,000.00	Rp 16,740,000.00
3	Madumongso	360	Rp 40,000.00	Rp 14,400,000.00
4	Wajik	60	Rp 32,000.00	Rp 1,920,000.00
5	Jadah	30	Rp 32,000.00	Rp 960,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 51,300,000.00</b>
<b>APRIL</b>				
1	Jenang Ketan	600	Rp 32,000.00	Rp 19,200,000.00
2	Jenang Campur	510	Rp 31,000.00	Rp 15,810,000.00
3	Madumongso	240	Rp 40,000.00	Rp 9,600,000.00
4	Wajik	90	Rp 32,000.00	Rp 2,880,000.00
5	Jadah	120	Rp 32,000.00	Rp 3,840,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 51,330,000.00</b>
<b>MEI</b>				
1	Jenang Ketan	720	Rp 32,000.00	Rp 23,040,000.00
2	Jenang Campur	600	Rp 31,000.00	Rp 18,600,000.00
3	Madumongso	300	Rp 40,000.00	Rp 12,000,000.00
4	Wajik	90	Rp 32,000.00	Rp 2,880,000.00
5	Jadah	60	Rp 32,000.00	Rp 1,920,000.00

<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>58,440,000.00</b>
<b>JUNI</b>					
1	Jenang Ketan	810	Rp 32,000.00	Rp	25,920,000.00
2	Jenang Campur	720	Rp 31,000.00	Rp	22,320,000.00
3	Madumongso	1050	Rp 40,000.00	Rp	42,000,000.00
4	Wajik	300	Rp 32,000.00	Rp	9,600,000.00
5	Jadah	120	Rp 32,000.00	Rp	3,840,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>103,680,000.00</b>
<b>JULI</b>					
1	Jenang Ketan	1590	Rp 32,000.00	Rp	50,880,000.00
2	Jenang Campur	1410	Rp 31,000.00	Rp	43,710,000.00
3	Madumongso	1800	Rp 40,000.00	Rp	72,000,000.00
4	Wajik	750	Rp 32,000.00	Rp	24,000,000.00
5	Jadah	150	Rp 32,000.00	Rp	4,800,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>195,390,000.00</b>
<b>AGUSTUS</b>					
1	Jenang Ketan	900	Rp 32,000.00	Rp	28,800,000.00
2	Jenang Campur	870	Rp 31,000.00	Rp	26,970,000.00
3	Madumongso	1080	Rp 40,000.00	Rp	43,200,000.00
4	Wajik	420	Rp 32,000.00	Rp	13,440,000.00
5	Jadah	180	Rp 32,000.00	Rp	5,760,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>118,170,000.00</b>
<b>SEPTEMBER</b>					
1	Jenang Ketan	930	Rp 32,000.00	Rp	29,760,000.00
2	Jenang Campur	900	Rp 31,000.00	Rp	27,900,000.00
3	Madumongso	900	Rp 40,000.00	Rp	36,000,000.00
4	Wajik	360	Rp 32,000.00	Rp	11,520,000.00
5	Jadah	300	Rp 32,000.00	Rp	9,600,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>114,780,000.00</b>
<b>OKTOBER</b>					
1	Jenang Ketan	1020	Rp 32,000.00	Rp	32,640,000.00
2	Jenang Campur	990	Rp 31,000.00	Rp	30,690,000.00
3	Madumongso	930	Rp 40,000.00	Rp	37,200,000.00
4	Wajik	450	Rp 32,000.00	Rp	14,400,000.00
5	Jadah	180	Rp 32,000.00	Rp	5,760,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp</b>	<b>120,690,000.00</b>
<b>NOVEMBER</b>					
1	Jenang Ketan	1110	Rp 32,000.00	Rp	35,520,000.00

2	Jenang Campur	990	Rp 31,000.00	Rp 30,690,000.00
3	Madumongso	900	Rp 40,000.00	Rp 36,000,000.00
4	Wajik	600	Rp 32,000.00	Rp 19,200,000.00
5	Jadah	150	Rp 32,000.00	Rp 4,800,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 126,210,000.00</b>
<b>DESEMBER</b>				
1	Jenang Ketan	1170	Rp 32,000.00	Rp 37,440,000.00
2	Jenang Campur	1200	Rp 31,000.00	Rp 37,200,000.00
3	Madumongso	990	Rp 40,000.00	Rp 39,600,000.00
4	Wajik	630	Rp 32,000.00	Rp 20,160,000.00
5	Jadah	300	Rp 32,000.00	Rp 9,600,000.00
<b>TOTAL PEROLEHAN</b>				<b>Rp 144,000,000.00</b>

Sumber: Data dari UD Sari Murni Jenang Pak Lasimun