

BAB V ANALISIS

5.1 Hasil Penelitian Analisis SWOT

Analisis SWOT pada penelitian ini digunakan untuk menentukan posisi perusahaan. Alat yang digunakan yaitu matriks IE dan diagram analisis SWOT. Hasil pengolahan data menunjukkan perusahaan bolu Mak Ecih pada matriks IE berada pada posisi sel 1 (*grow and build*) dengan nilai IFE 3,2 dan EFE 3,3. Adapun pada diagram analisis SWOT menunjukkan perusahaan bolu Mak Ecih berada pada kwadran I (mendukung strategi agresif) dengan faktor internal 1,2 dan nilai eksternal 2,0.

Hasil posisi pada matriks IE dan Diagram analisis SWOT menunjukkan perusahaan bolu Mak Ecih sedang tumbuh dan berkembang dan berada pada kekuatan dan peluang yang tinggi. Oleh karena itu perusahaan bolu Mak Ecih perlu menerapkan strategi yang berfokus pada pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Alat yang digunakan untuk mengembangkan strategi agresif yaitu matriks SWOT. Adapun pengembangan strategi agresif pada matriks SWOT yaitu berfokus untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman terhadap perusahaan bolu Mak Ecih. Hasil matriks analisis SWOT yaitu alternatif-alternatif strategi. Adapun dimensi strateginya terdiri dari material produk, pelayanan perusahaan, pengembangan produk dan pengembangan perusahaan.

5.2 Analisis Hasil *Quality Function Deployment* (QFD)

QFD pada penelitian ini digunakan untuk mengembangkan alternatif dimensi strategi yang telah diketahui dari hasil analisis SWOT. Rancangan dari alternatif strategi tersebut disesuaikan dengan keinginan pasar atau kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memperhatikan prioritas perbaikan karakteristik teknis dan karakteristik komponen pada perusahaan.

Berdasarkan pengolahan data diketahui hasil identifikasi variabel kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap perusahaan bolu Mak Ecih yaitu sebanyak 9 variabel yang terhimpun pada 3 dimensi yaitu pengembangan produk, pemasaran dan pengembangan perusahaan. Berdasarkan variabel-variabel tersebut maka pihak perusahaan bolu Mak Ecih menentukan 5 karakteristik teknis yang perlu diperhatikan

dalam perbaikan dan pengembangan perusahaannya. 5 Karakteristik teknis tersebut yaitu material produk, desain dan inovasi produk, pelayanan perusahaan, kerjasama perusahaan dan regulasi pemerintah perindustrian.

Pengolahan data QFD pada penelitian ini juga memperhatikan dan mengevaluasi pesaing perusahaan bolu Mak Ecih sebagai pembanding untuk mengetahui penilaian terhadap perusahaan di pasaran. Hasil dari evaluasi persaingan perusahaan diketahui bahwa kinerja perusahaan bolu Mak Ecih berada dibawah kinerja pesaing. Dengan kata lain diketahui bahwa perusahaan bolu Mak Ecih masih mengalami ketertinggalan di pasaran dan belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

5.2.1 Analisis Matriks Perencanaan Produk (Fasa 1)

Matriks Fasa 1 atau matriks HOQ digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai hal-hal yang menjadi prioritas dalam perancangan strategi perusahaan. Prioritas-prioritas tersebut terdiri dari prioritas variabel kebutuhan dan keinginan konsumen atau prioritas persyaratan konsumen dan prioritas karakteristik teknik perusahaan.

5.2.1.1 Analisis Pengembangan Prioritas Persyaratan Konsumen

Pengembangan prioritas persyaratan konsumen dilakukan untuk mengetahui variabel mana yang menjadi kebutuhan dan keinginan utama konsumen. Hasil dari pengolahan data menunjukkan prioritas variabel kebutuhan dan keinginan konsumen terdapat pada variabel ke-6 yaitu memiliki akun media sosial untuk memasarkan produk seperti instagram, facebook dan lainnya dan variabel ke-11 yaitu terdapat informasi kehalalan dan perizinan produksi (PIRT/BPOM) dalam kemasan. Prioritas tersebut diketahui dari nilai harapan konsumen terbesar yaitu dengan nilai 5.

Setelah diketahui prioritas dan rata-rata nilai setiap variabel kebutuhan dan kenginan konsumen, selanjutnya dilakukan penetapan nilai target (1 sampai 5). Nilai target merupakan besaran nilai pada posisi atau bagian mana yang akan dikembangkan perusahaan. Nilai target disesuaikan dengan nilai harapan konsumen terhadap perusahaan dan nilai kinerja perusahaan saat ini. Dapat diartikan bahwa nilai target digunakan sebagai acuan seberapa besar upaya perusahaan dalam memperbaiki kinerjanya untuk memenuhi nilai kebutuhan dan kenginan konsumen. Semakin besar nilai harapan konsumen terhadap variabel (variabel prioritas

konsumen yang tinggi), maka semakin besar pula nilai target yang ditetapkan. Adapun nilai variabel keinginan konsumen dengan prioritas yang sedang, peningkatan nilai target yang ditetapkan dapat dilakukan secara bertahap agar mendapatkan hasil maksimal. Penetapan nilai target juga harus disesuaikan dengan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperbaiki variabel kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut, dikarenakan semakin tinggi nilai target maka semakin besar pula *cost* yang dikeluarkan perusahaan. *Cost* tersebut tidak hanya berupa biaya melainkan mencakup usaha, waktu, tenaga, dan upaya atau *effort* yang dilakukan perusahaan dalam merelisasikan variabel kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai target tertinggi (nilai 5) adalah pada variabel kebutuhan dan keinginan konsumen ke-6 yaitu memiliki akun media sosial untuk memasarkan produk seperti instagram, facebook dan lainnya. Variabel tersebut merupakan variabel prioritas tertinggi dan perusahaan mampu merealisasikannya. Oleh karena itu nilai target yang ditetapkan maksimum. Dapat diartikan pada variabel kebutuhan konsumen ke-6 perusahaan mampu memaksimalkan perbaikan dengan maksimal. Sedangkan pada variabel kebutuhan konsumen lainnya, nilai target yang ditetapkan sebesar 4 dikarenakan memperhatikan *cost* yang diperlukan dalam merealisasikan variabel tersebut cukup besar. Sehingga nilai target yang ditetapkan tidak maksimal atau bertahap.

Pada pengembangan prioritas persyaratan konsumen juga diketahui skala perbaikan yang harus dilakukan perusahaan. Bagian ini disebut faktor skala (*improvement factor*). Hasil pengolahan data menunjukkan faktor skala terbesar terdapat pada variabel ke-5 yaitu produk mudah ditemui di *e-commerce*, seperti shoppe, tokopedia atau lainnya. Diartikan bahwa prioritas perbaikan yang harus dilakukan perusahaan adalah memasarkan produk di *e-commerce*, contohnya shoppe, tokopedia atau di *e-commerce* lainnya.

Berdasarkan hasil derajat kepentingan dan faktor skala maka diketahui variabel kebutuhan dan keinginan konsumen yang perlu dikembangkan dan perlu dilakukan perbaikan adalah pada variabel 5 dan 6. Kedua faktor tersebut juga sesuai dengan hasil bobot absolut terbesar. Variabel 5 dan 6 termasuk kedalam dimensi pemasaran. Oleh karena itu fokus perbaikan dan pengembangan perusahaan pada variabel kebutuhan dan keinginan konsumen atau persyaratan konsumen yaitu pada pemasaran perusahaan.

5.2.1.2 Analisis Pengembangan Prioritas Teknis

Pengembangan prioritas teknis merupakan bagian akhir pada matriks HOQ. Pada bagian ini menjelaskan bobot absolut dan relatif karakteristik teknis perusahaan.

Semakin tinggi tingkat absolut dan relatif mengidentifikasi bidang upaya teknis perlu dikonsentrasikan. Hasil tingkat absolut dan relatif tertinggi yaitu pada karakteristik teknis pelayanan perusahaan. Oleh karena itu dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen perusahaan bolu Mak Ecih perlu memperhatikan dan meningkatkan pelayanannya.

5.2.2 Analisis Matriks Perencanaan Komponen (Fasa 2)

Matriks fasa 2 menjelaskan hubungan antara variabel persyaratan teknis dengan spesifikasi atau rincian dari persyaratan teknis tersebut. Hasil dari matriks ini yaitu nilai absolut karakteristik komponen. Nilai absolut karakteristik komponen tertinggi yaitu pada peningkatan pelayanan perusahaan, dengan nilai 9,072. Peningkatan pelayanan berarti memperluas pemasaran, dimana dapat dilakukan secara *offline* ataupun *online* menggunakan media teknologi. Sehingga konsumen lebih mudah dalam mendapatkan produk. Hal tersebut dapat meningkatkan penjualan perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus berkembang. Oleh karena itu perusahaan bolu Mak Ecih perlu meningkatkan karakteristik teknis pelayanannya.

5.3 Analisis Karakteristik Teknis Perusahaan Bolu Mak Ecih Saat ini

Sebelum memberikan usulan perbaikan hendaknya diketahui terlebih dahulu tentang kondisi karakteristik perusahaan saat ini. Kondisi karakteristik perusahaan saat ini digunakan sebagai pembandingan antara kondisi sebelum dan sesudah perbaikan. Adapun parameter Karakteristik teknis perusahaan bolu Mak Ecih saat ini dapat dilihat pada Tabel 5.1

5.4 Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan pada penelitian ini berupa strategi pengembangan perusahaan. Pengembangan strategi tersebut dilakukan dengan memperbaiki karakteristik-karakteristik pada metode QFD. Dimana prioritas perbaikannya yaitu pada dimensi pemasaran dan karakteristik pelayanan perusahaan bolu Mak Ecih. Fokus strategi pengembangan tersebut yaitu karakteristik pelayanan perusahaannya.

Adapun usulan perbaikan dan rancangan strategi pada karakteristik teknis perusahaan sesuai urutan prioritasnya dapat dilihat pada Tabel 5.2

Tabel 5.1 Parameter Karakteristik Teknik Perusahaan Bolu Mak Ecih Saat ini

Karakteristik Teknik	Parameter Teknik
Material Produk	Produk bolu Mak Ecih berbahan utama tepung terigu berkualitas dengan resep keluarga turun-temurun
Desain dan Inovasi Produk	Bolu yang diproduksi perusahaan yaitu bolu bulat, bolu gulung, bolu ulang tahun dan bolu pengantin. Bolu bulat dengan rasa original dan bolu gulung dengan dua varian rasa yaitu original dan pandan. Sedangkan bolu ulang tahun dan bolu pengantin diproduksi berdasarkan pesanan konsumen. Produk bolu tersebut dikemas menggunakan kertas minyak dan kardus kue
Pelayanan Perusahaan	Pemasaran produk dilakukan secara offline yang dipasarkan pada toko/warung di wilayah sekitar. Perusahaan belum mempunyai toko khusus, oleh karena itu tak jarang para pelanggan langsung datang ke tempat produksinya.
Kerjasama Perusahaan	Perusahaan menjalin hubungan baik dan memiliki pemasok bahan baku yang tetap
Regulasi pemerintah perindustrian	Perusahaan belum mengikuti regulasi pemerintah dalam mendapatkan sertifikasi halal dan Izin PIRT

Tabel 5.2 Usulan Rancangan dan Perbaikan Strategi Pengembangan Perusahaan

No	Karakteristik Teknik	Usulan Rancangan Strategi Pengembangan Perusahaan
1	Pelayanan Perusahaan	Melakukan pemasaran secara <i>offline</i> (membuka cabang atau outlet) dan <i>online</i> (memasarkan produk di <i>e-commerce</i> , seperti tokopedia, shoppe dan lainnya). Perusahaan mempunyai akun media sosial dilengkapi desain konten menarik, sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli produk, serta membuat konsumen lebih mudah mendapatkan produk. Perusahaan juga dapat melakukan promosi dengan memberikan diskon dengan minimal pembelian atau diskon dihari-hari penting.
2	Desain dan Inovasi Produk	Melakukan diversifikasi (memproduksi produk jenis baru) seperti brownies, bolu mangga atau lainnya. Adapun produk yang telah lama diproduksi dapat dilakukan pengembangan seperti penambahan varian rasa, adanya tambahan topping dan inovasi lain mengikuti trendpasar. Perusahaan juga perlu memperbaiki desain kemasan produk dengan menarik, kuat, berkualitas dan terjamin kehalalannya.
4	Material Produk	Melakukan substitusi bahan baku dengan sumber daya alam atau hasil pertanian masyarakat seperti mangga, pisang atau ubi. Hal tersebut dapat menjadikan ciri khas produk perusahaan yang membedakan dengan perusahaan lain. Serta dapat menjadi ciri khas daerah karena memanfaatkan hasil pertanian daerah Indramayu

Lanjutan Tabel 5.2 Usulan Rancangan dan Perbaikan Strategi Pengembangan Perusahaan

No	Karakteristik Teknik	Usulan Rancangan Strategi Pengembangan Perusahaan
5	Kerjasama Perusahaan	Melakukan penjualan di platform tertentu, berkoordinasi dan mendaftar untuk dilakukan pembimbingan dengan pihak perindustrian atau UMKM Indramayu. Melakukan pinjaman syariah dengan bank sehingga permodalan perusahaan lebih besar. Ataupun melakukan merger, akuisisi ataupun konsolidasi dengan perusahaan lain.
6	Regulasi pemerintah perindustrian	Perusahaan aktif mencari informasi terkait sertifikasi halal dan Izin PIRT. Sehingga dapat mengikuti rangkaian kegiatan dari pelatihan sampai pendampingan dari pihak pemerintahan perindustrian untuk mendapatkan sertifikasi halal dan Izin PIRT

Berdasarkan usulan dari karakteristik teknis tersebut, maka diketahui desain strategi yang dapat diterapkan perusahaan. Dengan desain strategi yang telah dibuat tersebut dapat dijadikan perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga diharapkan dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut perusahaan dapat terus menjalankan usahanya dan menjadikan perusahaan bolu Mak Ecih terus berkembang.

5.5 Analisis Keterkaitan Penelitian dengan Ayat

Ayat Al-Quran yang digunakan pada penelitian ini yaitu Surat Al-Anfal ayat 60. Berdasarkan Tafsir Quraish Shihab pada surat Al-Anfal ayat 60 Allah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan segala kemampuan dan untuk menghadapi perang menghadapi musuh-musuh Allah. Allah memerintahkan untuk melengkapi penjaga-penjaga musuh agar mereka gentar. Dalam dunia Industri perang tersebut dapat diartikan sebagai persaingan. Pada ayat ini juga Allah menganjurkan kaum muslimin untuk bersifat aktif, dan siap siaga dalam menghadapi masa depan dan selalu melakukan pengembangan usahanya.

Kandungan lain dalam surat Al-Anfal ayat 60 menurut Tafsir Quraish Shihab bahwa Allah memerintahkan dengan jelas mengenai keharusan menyiapkan segala perlengkapan dalam menghadapi musuh. Persiapan itu meliputi segala aspek, baik kualitas dan kuantitas perlengkapan. Berperang tanpa kesiapan berarti suatu kesalahan dan kehancuran. Dapat diartikan bahwa untuk menghadapi persaingan dalam pasar di dunia industri, perusahaan harus mempersiapkan segala sesuatunya.

Persiapan tersebut harus dimaksimalkan mulai dari bahan baku, produk, pelayanan dan lainnya yang terbentuk dalam strategi untuk mengembangkan perusahaan

5.6 Analisis Keterkaitan Penelitian dengan Islam dan Teknik Industri

Berdasarkan hasil pengolahan yang telah dilakukan diketahui perusahaan bolu Mak Ecih masih belum memaksimalkan kekuatan, peluang dan masih memiliki kelemahan dan ancaman. Dalam Hadist Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Baihaqi dan Ibnu Majjah menjelaskan bahwa Nabi SAW berkata “sesungguhnya jual-beli harus dipastikan harus saling meridai.” Dapat diartikan dalam menjalankan suatu usaha harus saling ikhlas dan ridho baik dari pihak internal perusahaan atau para pekerja ataupun pihak eksternal perusahaan yaitu konsumen. Agar antar pihak saling menguntungkan maka perlu adanya manajemen perusahaan yang baik dan terstruktur. Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Fungsi perencanaan tersebut meliputi strategi. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan perbaikan pada manajemen perusahaan dengan merancang strategi yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan bolu Mak Ecih saat ini. Strategi tersebut mencakup strategi pengembangan pemasaran, strategi pengembangan produk dan lainnya. Perancangan strategi tersebut disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan ridho akan pelayanan dan produk yang diberikan perusahaan Bolu Mak Ecih.

Menurut Orgianus (2018) dalam buku Islam dan Sains Industri menjelaskan bahwa berindustri pada intinya adalah membuat suatu produk bernilai tambah, menjadi lebih bermanfaat, dengan tujuan mencari keuntungan. Menjalankan perusahaan atau berindustri perlu memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan Allah sang pencipta serta hubungan baik dengan sesama. Agar keharmonisan hubungan dalam perusahaan tetap terjaga.

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Pengumpulan variabel-variabel tersebut sebagai bahan evaluasi dari pihak internal dan eksternal perusahaan. Perusahaan bolu Mak Ecih juga memperhatikan dan mengutamakan variabel kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pengembangan perusahaannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa

perusahaan bolu Mak Ecih dalam menjalankan usahanya tidak hanya sekedar untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan semata. Namun selalu berusaha memperhatikan faktor atau elemen sekitar perusahaan agar dapat terciptanya hubungan baik dengan sesama.

Prinsip dalam dunia industri agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang yaitu bekerja dengan baik dan saling menasehati supaya mentaati kebenaran. Bekerja dengan baik berarti mengikuti sistem operasi dan prosedur (SOP) serta saling menasehati agar bersabar dalam menjalankan industri tersebut, dan tidak menghambur-hamburkan harta, sumber daya, dan selalu beradaptasi pada persaingan pasar. (Orgianus, 2018)

Penelitian ini juga memperhatikan karakteristik teknis yang digunakan perusahaan bolu Mak Ecih. Identifikasi prioritas karakteristik teknis perusahaan menjadikan perusahaan mengetahui perbaikan apa yang perlu dilakukan dari proses bisnis yang telah dijalankan oleh perusahaan sehingga terjalinnya kerjasama yang baik, saling menasehati, memberi masukan antar pekerja untuk memperbaiki karakteristik teknis perusahaan bolu Mak Ecih.

Dalam Hadits Ibnu Hibban dalam (Orgianus, 2018) pada buku Islam dan Sains Industri menjelaskan bahwa Sembilan dari sepuluh rejeki ada dalam perdagangan. Konsep rezeki adalah bukan hanya mencari namun harus disertai dengan memberi dengan menyisihkan rezeki yang diperoleh untuk diberikan kepada kelompok orang yang membutuhkan, bersifat tawakal dan beribadah dengan sungguh-sungguh kepada Allah. Hal tersebut dapat menjadikan perusahaan lebih berkah dan terciptanya hubungan baik dengan Allah dan dengan manusia.

Perusahaan bolu Mak Ecih berusaha membuat usahanya lebih baik dan berkembang. Diberikannya usulan perancangan strategi pengembangan perusahaan diharapkan dapat bermanfaat dan menjadikan perusahaan bolu Mak Ecih terus berkembang. Sehingga dengan keberadaanya perusahaan bolu Mak Ecih dapat menjadi sumber rezeki dan bermanfaat bagi orang banyak. Hal tersebut menjadikan terjalinnya hubungan baik dengan Allah dan manusia serta menjadi ladang amal dan pahala bagi perusahaan Bolu Mak Ecih.