ISSN : 2338-994X

FORUM MANAJEMEN INDONESIA

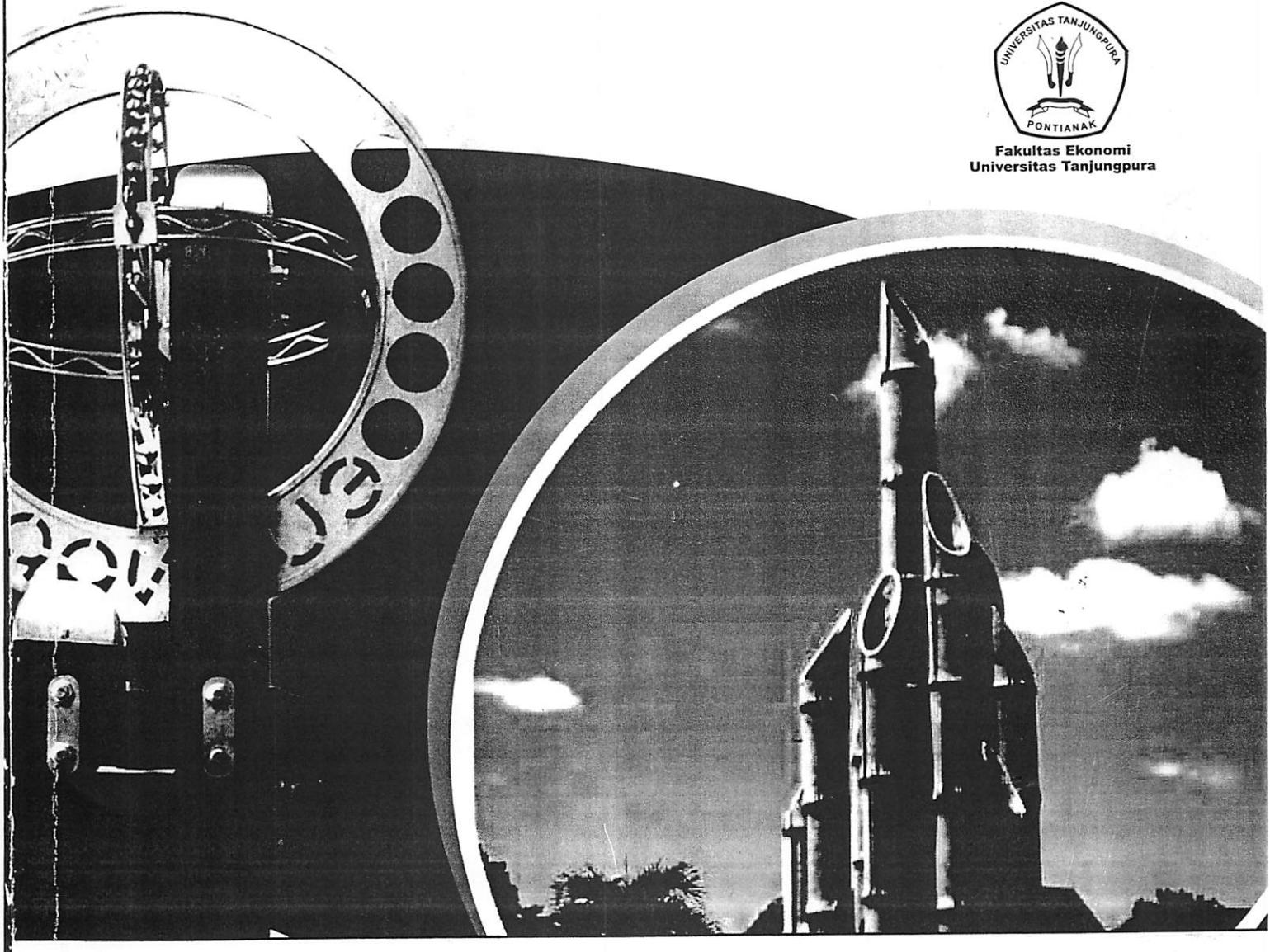
PROSIDING SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER

FORUM MANAJEMEN INDONESIA (FMI) KE-5

Strengthening The Strategy of Local Product in The Border Region : Opportunity and Challenges of The ASEAN Economic Community 2015

Aula Bank Indonesia Pontianak, Istana Rakyat Kalbar & Hotel Mercure Pontianak
23-24 Oktober 2013

Fakultas Ekonomi
Universitas Tanjungpura



Co-Organizer & Sponsor

antam

Patria Education
your brighter future

LINKING *BUSINESS STRATEGY* TO *OPERATIONS* DALAM BISNIS EKSPEDISI PADA PT. MITRA ANDALAN TRANS ANUGERAH DI SURABAYA
Indrianawati dan Rion Pratama Dewangga Putra 260

PENGELOLAAN *REVERSE LOGISTICS* PADA KEGIATAN *RETURN* OBAT DAN USULAN PERBAIKANNYA. STUDI KASUS APOTEK K 24 MANUKAN SURABAYA
Tuwanku Aria Auliandri dan Marannu Massudi Sumule 261

PENELITIAN KUALITATIF *CASE STUDY* IMPLEMENTASI *INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY* (ICT)PADA UMKM BATIK TULIS LASEM DI KABUPATEN REMBANG JAWA TENGAH
Damayanti 262

ANALISIS PERENCANAAN TATA LETAK FASILITAS UNTUK MENINGKATKAN PROFITABILITAS PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH (SUATU STUDI KASUS PADA USAHA BUDIDAYA JAMUR TIRAM DIKABUPATEN BANDUNG, JAWA BARAT)
Taufik Akbar dan Imelda Junita 263

KLASIFIKASI DAN PENYEBAB KERUSAKAN FINISHED PRODUCT PADA PROSES MATERIAL HANDLING: DI FASILITAS DISTRIBUTIONCENTER PT. UNILEVER INDONESIA TBK. SURABAYA.
Puspandam Katias 264

PENERAPAN PROGRAM 5S DALAM PENDEKATAN *LEAN MAINTENANCE* GUNA MEMINIMALISASI PEMBOROSAN
Yetty Dwi Lestari 265

PENGARUH MANAJEMEN MUTU TERPADU(TQM) DANINFORMASIMANAJEMEN KUALITAS (QMI) TERHADAP KINERJA PADALABORATORIUM MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITASTARUMANAGARADI JAKARTA
Andi Wijaya dan Richard Andrew 266

ANALISIS MANAJEMEN KUALITAS PROSES PRODUKSI UNTUK MEMPERTAHANKAN KUALITAS PRODUK AIR MINUMPADA PT. PASCIKUBANG PADALARANG
Rise Adriani Rachmawati dan Asep Kurniawan 267

PENGUKURAN PRODUKTIFITAS BONGKAR MUAT BARANGDI DERMAGA PELABUHAN GRESIK
Baling Kustriyono 268

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELOLAAN USAHA "BANDREK HANJUANG"(STUDI KASUS PADA CV. CIHANJUANG INTI TEKNIK)
Willy. S. Yuliandhari 269

CAUSES ANALYSIS OF THE LOW PROGRESS IN 5S IMPLEMENTATIONUSING ROOT CAUSE ANALYSIS METHOD (CASE STUDY NICKEL MINE COMPANY REGISTERD IN BEI)
Mahlia Muis 270

PEMILIHAN PEMASOK *LAPTOP* PADA *RETAILER* DI YOGYAKARTA DENGAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS*
Muhammad Toyo dan Siti Nursyamsiah 271

PERAN WANITA DALAM UPAYAPENINGKATAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA MELALUIPEMBIAYAAN BMT (STUDIANALISISPADA BMT BERKAHMADANICIMANGGIS)
Muhamad Nadratuzzaman Hosen, Nur Octaviyana Rahmah dan RafikaRahmawati 272

PENENTUAN SEKTOR PEREKONOMIAN DANSUB SEKTOR PERTANIAN UNGGULAN DI KABUPATEN MADIUN
Danas Avianto Nugroho, Ropingi, dan Agustono 273

OPR-16

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELOLAAN USAHA "BANDREK HANJUANG" (STUDI KASUS PADA CV. CIHANJUANG INTI TEKNIK)

Willy. S. Yuliandhari
Institut Management Telkom
(willyyuliandhari@ymail.com)

ABSTRAK

ASEAN Economic Community (AEC) bertujuan untuk mengintegrasi ekonomi regional pada tingkat ASEAN yang akan dimulai pada tahun 2015. AEC menggambarkan 4 karakteristik kunci sebagai berikut : *(a) a single market and production base, (b) a highly competitive economic region, (c) a region of equitable economic development, and (d) a region fully integrated into the global economy.* Singkatnya, AEC akan mengubah ASEAN ke dalam suatu kawasan dengan pergerakan barang, jasa, investasi, tenaga kerja atau sumber daya manusia, dan aliran modal yang lebih bebas dan lebih mudah lagi. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi produk lokal untuk dapat bersaing mengenalkan produknya untuk dapat diterima di wilayah regional ASEAN. Sehingga para wirausaha di Indonesia mendapatkan tantangan yang cukup berarti, khususnya bagi produsen "Bandrek Cihanjuang" di daerah tempat tinggal saya, yaitu Cimahi-Bandung. Untuk itulah penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lingkungan internal dan eksternal kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan pengembangan usaha Bandrek Cihanjuang Cimahi dengan menggunakan SWOT Analysis, yaitu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di dalam pengelolaan Bandrek Cihanjuang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan cara melakukan survey dan wawancara langsung dengan pemilik/pengelola usaha Bandrek Cihanjuang.

Kata Kunci : Bandrek, Pengelolaan, SWOT

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGELOLAAN USAHA "BANDREK HANJUANG"

(STUDI KASUS PADA CV. CIHANJUANG INTI TEKNIK)

Willy. S. Yuliandhari

Telkom University

(willyyuliandhari@ymail.com)

ABSTRAK

ASEAN Economic Community (AEC) bertujuan untuk mengintegrasi ekonomi regional pada tingkat ASEAN yang akan dimulai pada tahun 2015. AEC menggambarkan 4 karakteristik kunci sebagai berikut : *(a) a single market and production base, (b) a highly competitive economic region, (c) a region of equitable economic development, and (d) a region fully integrated into the global economy*. Singkatnya, AEC akan mengubah ASEAN ke dalam suatu kawasan dengan pergerakan barang, jasa, investasi, tenaga kerja atau sumber daya manusia, dan aliran modal yang lebih bebas dan lebih mudah lagi. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi produk lokal untuk dapat bersaing mengenalkan produknya untuk dapat diterima di wilayah regional ASEAN. Sehingga para wirausaha di Indonesia mendapatkan tantangan yang cukup berarti, khususnya bagi produsen "Bandrek Cihanjuang" di daerah tempat tinggal saya, yaitu Cimahi-Bandung. Untuk itulah penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lingkungan internal dan eksternal kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan pengembangan usaha Bandrek Cihanjuang Cimahi dengan menggunakan SWOT Analysis, yaitu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di dalam pengelolaan Bandrek Cihanjuang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan cara melakukan survey dan wawancara langsung dengan pemilik/pengelola usaha Bandrek Cihanjuang.

Kata kunci :

Bandrek, pengelolaan, SWOT

ABSTRACT

ASEAN Economic Community (AEC) aims to integrate the regional economy in the ASEAN level that will start at 2015. AEC draws 4 keys characteristics such : (a) a single market and production base, (b) a highly competitive economic region, (c) a region of equitable economic development, and (d) a region fully integrated into the global economy. Shortly, AEC will turns ASEAN become to easily movement of goods, services, investments, human resources and flows of capitals. Gives the possibility for local products to compete introduce their products to be accepted in the ASEAN region. So that entrepreneurs in Indonesia have significant challenges, particularly for manufacturers "Bandrek Cihanjuang" in the area where I live, which is Cimahi-Bandung. For that reason, this study aims to assess the internal and external environmental activities related to the management of business development Bandrek Cihanjuang Cimahi using SWOT Analysis, which identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats in the management Bandrek Cihanjuang. The method used in this study is a descriptive analysis by conducting surveys and direct interviews with owners / managers of businesses Bandrek Cihanjuang.

Key Words :

Bandrek, management, SWOT

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. (Amalia, 2012). Salah Satu contohnya adalah CV Cihanjuang Inti Teknik, produsen bandrek instan dengan merek Bandrek Hanjuang, yang mulai memproduksi bandrek instan sejak 2000 lalu. Pasarnya sudah jauh menjangkau ke luar Jawa Barat, mulai Medan, Pekanbaru, Jakarta, Semarang, Yogyakarta, dan Surabaya.

Bahkan, bandrek Hanjuang juga mulai merambah pasar ekspor, seperti Australia dan sejumlah Negara di Timur Tengah.

Persaingan yang semakin tajam terjadi di dunia bisnis,khususnya UMKM, menyebabkan perusahaan harus mampu mengenali kondisi lingkungan eksternal maupun internal yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu usaha. Begitu pula dengan Bandrek Hanjuang, keadaan perusahaan yang senantiasa berubah serta persaingan yang semakin ketat dalam bisnis, menuntut perusahaan untuk tetap eksis dan mampu beradaptasi terhadap perubahan-perubahan tersebut baik bersifat internal maupun eksternal. Usaha pembuatan Bandrek Hanjuang ini selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya, seperti yang sudah dijelaskan pada alenia di atas. Peningkatan penjualan tersebut menyebabkan UKM Bandrek Hanjuang harus dapat bersaing.

Oleh karena itu sangat diperlukan suatu analisis terhadap pengelolaan usaha dari Bandrek Hanjuang ini, khususnya strategi bersaing yang dilakukan perusahaan agar perusahaan dapat mengambil langkah strategik yang sesuai dengan kondisi yang ada di perusahaan. Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT, yang dapat timbul secara langsung atau tidak langsung di dalam perusahaan karena adanya persaingan yang datang dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa sejenis yang diproduksi oleh perusahaan, khususnya produk-produk yang dihasilkan oleh CV Hanjuang Inti Teknik ini. Maka CV Hanjuang Inti Teknik harus dapat menetapkan strategi untuk memenangkan persaingan atau paling tidak dapat bertahan hidup di pasar. Persaingan yang semakin ketat akan mengakibatkan perusahaan membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya di pasar, dan bahkan bila memungkinkan menjadi *leader* dalam memproduksi dan menjual produknya. Perusahaan harus menjalankan semua operasinya secara efektif dan efesien, termasuk di bidang pemasaran.

Rumusan Masalah

Setelah mengetahui latar belakang di atas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

Apa saja faktor-faktor eksternal dan internal CV Cihanjuang Inti Teknik sebagai produsen Bandrek Hanjuang yang dapat digunakan untuk melihat peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan perusahaan

Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah :

Untuk mendeskripsikan keadaan usaha saat ini pada CV Cihanjuang Inti Teknik dengan menggunakan analisis SWOT.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menjadi suatu landasan dalam menentukan strategi bagi CV Cihanjuang Inti Teknik sebagai produsen Bandrek Hanjuang agar dapat bertahan dalam kelangsungan usahanya, karena CV Cihanjuang Inti Teknik mengetahui kondisi bisnisnya melalui Analisis SWOT ini .

LANDASAN TEORI

Pengertian UMKM

Menurut Undang-undang No.9 tahun 1995 tentang usaha kecil pasal I ayat 1 menyatakan bahwa usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

Kriteria usaha kecil dalam Undang-undang tersebut tercantum pada pasal 5 ayat 1 yaitu sebagai berikut :

1. Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memilki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 100.000.000,-.
3. Milik warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
5. Berbentuk badan usaha orang perorang, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.

Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(strengts)* dan peluang *(opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weakness)* dan ancaman *(threats)*. (Rangkuti, : 18)

Analisis SWOT digunakan sebagai penentu kebijakan strategi perusahaan atau organisasi dalam memaksimalkan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus berperan memperkecil kelemahan yang ada dalam perusahaan serta menekan berbagai ancaman yang akan timbul. Menurut Pearce Robinson (1997) Penjelasan tentang Analisa SWOT adalah sebagai berikut

a. Kekuatan (*Strenght*).

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan yang juga dapat

diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat dari para pesaingnya.

Contoh kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

b. Kelemahan (*Weakness*).

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

c. Peluang (*Opportunity*).

Yang dimaksud dengan peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan tekhnologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat memberikan peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Treats*).

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan tekhnologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis Data

Menurut Arikunto (2002), metode penelitian adalah salah suatu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data,baik berupa primer maupun data sekunder yang di gunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku, di dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan matriks SWOT. Sementara, objek penelitian adalah CV. Cihanjuang Inti Teknik dengan metode studi kasus.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Objek Penelitian

Berdasarkan website resmi dari CV Cihanjuang Inti Teknik (CIT / Cintek), CV tersebut adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri yang mampu menghasilkan produk peralatan

listrik yang kompetitif, baik kompetitif dalam segi kualitas maupun dalam segi harga, pelayanan purna jual-nya di desa Cihanjuang, Cimahi, Bandung, Jawa Barat. Direktur CIT, *Eddy Permadi* yang lulusan Politeknik Mekanik Swiss di Bandung pada tahun 1980 dan pernah mengenyam pendidikan lanjutan di Swiss dan Jerman mulai merintis industri mesin produksi, pupuk dan pengecoran logam sejak tahun 1998.

Teknologi pembuatan turbin ini dipelajari di Luzen, Swiss melalui program alih teknologi dari ENTEC dalam rangka kerjasama Ditjen Listrik dan Pengembangan Energi dengan GTZ. Kini, CV Cintek sudah mampu memproduksi peralatan pembangkit listrik tenaga mikro hidro (PLTMH) mencakup peralatan turbin listrik, alat kontrol (panel) listrik sampai generatornya dengan memanfaatkan sebanyak mungkin komponen lokal. Atas upaya memanfaatkan komponen lokal itu, CV Cintek berhasil memperoleh Tingkat Kandungan Dalam Negeri (*TKDN*) untuk produk peralatan PLTMH-nya hingga mencapai hampir 100%.

Produk PLTMH hasil karya Cihanjuang Inti Teknik pun memiliki daya saing tinggi, baik dari kualitas maupun harga. Terbukti dengan banyaknya pesanan pembuatan turbin PLTMH, dari dalam negeri sendiri dan berbagai negara di dunia. Di dalam negeri sendiri sampai dengan tahun 2010 CV Cintek telah berhasil memasok turbin untuk PLTMH **lebih dari 200 lokasi** di berbagai daerah di tanah air, mulai dari Nanggroe Aceh Darussalam sampai Papua. Sebagian dari PLTMH itu bahkan dibangun sendiri oleh CV CIT mulai dari konstruksi sipil, perlengkapan elektromekanik, transmisi dan distribusi kepada masyarakat sekitar hingga instalasi ke rumah-rumah.

Pada awal permulaan dirintisnya usaha Industri mesin produksi, pupuk dan pengecoran logam, tanggal 3 Agustus 2000 Cihanjuang Inti Teknik memperoleh izin usaha yang sah dengan

bentuk Perusahaan. Seiring dengan berjalannya pemasangan PLTMH di desa-desa, maka dibentuknya Divisi Pangan atau Makanan Minuman pada tahun 2001 untuk memanfaatkan sumber daya pertanian yang melimpah, dan pada tanggal 23 Agustus 2005 dengan Akte Notaris Ny. Gina Riswara Koswara, S.H. Nomor 24, memperoleh izin usaha dengan bentuk badan yaitu Perseroan Comanditer atau sekarang lebih dikenal dengan nama "***CV. Cihanjuang Inti Teknik***".

Divisi makanan dan minuman mengelola industri agrobisnis dengan pemanfaatan bahan baku yang berasal dari pertanian dengan produk berupa minuman tradisional Jawa Barat yaitu Bandrek dan Bajigur. Merk dagang yang digunakan yaitu Hanjuang. Produk tersebut bermula dari proyek percontohan teknologi pasca panen yang dikemas secara modern. Saat ini Divisi Makanan dan Minuman telah memproduksi 10 jenis produk minuman yaitu bandrek, bajigur, kopi bandrek, coklat bandrek, kopi bajigur, beas cikur, bandrek spesial dewasa, sakoteng, enteh bandrek, dan kopi rempah panah arjuna. Selain itu diproduksi pula 2 produk makanan yaitu keripik nangka dan stik pisang.

Produk minuman tradisional Hanjuang memiliki ciri khas yaitu bentuk kemasannya yang kecil dan menarik serta rasa dan aroma yang beragam. CV Cihanjuang Inti Teknik memasarkan produk minuman tersebut ke daerah di sekitar Cimahi dan Bandung kemudian diperluas wilayah pemasarannya meliputi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Aceh, dan Jabodetabek. Saat ini produk Hanjuang juga telah menembus pasar luar negeri seperti Malaysia dan Timur Tengah.

Produk-produk Minuman Tradisional produksi CV Cintek adalah :

Bandrek Hanjuang.
Bandrek Hanjuang ekstra rempah-rempah.
Komposisi : Gula Palem, gula putih, krim, jahe dan rempah-rempah,

Netto : 31 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml,
Dinkes RI P-IRT NO. : 813327701020.

Bajigur Hanjuang.

Bajigur Hanjuang.

Komposisi : Gula Palem, gula putih, krim, dan rempah-rempah.

Netto : 25 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Dinkes RI P-IRT NO. : 813327706025

Bandrek Spesial.

Bandrek Hanjuang ekstra ginseng dan pinang untuk dewasa.

Komposisi : Gula Palem, gula putih, krim, jahe, ginseng, pinang dan rempah-rempah.

Netto : 31 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Dinkes RI P-IRT NO. : 813327702021

Beas Cikur.

Beas Cikur Hanjuang ekstra rempah-rempah.

Komposisi : Kencur, jahe, beras, krim, gula Palem, dan rempah-rempah.

Netto : 30 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Dinkes RI P-IRT NO. : 813327708027

Coklat Bandrek.

Coklat bandrek hanjuang ekstra rempah-rempah.

Komposisi : Gula Palem, gula putih, coklat, krim, jahe, dan rempah-rempah.

Netto : 25 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Depkes RI NO. SP : 0028.1028.03

en Teh Bandrek.

en Teh bandrek hanjuang ekstra rempah-rempah.

Komposisi : Gula putih, krim, teh, jahe, dan rempah-rempah.

Netto : 25 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Depkes RI NO. SP : 0028.1028.03

Kopi Bajigur.

Kopi bajigur hanjuang ekstra rempah-rempah.

Komposisi : Gula, kopi, krim, dan rempah-rempah.

Netto : 31 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.

Dinkes RI P-IRT NO. SP : 813327707026

Kopi bandrek.

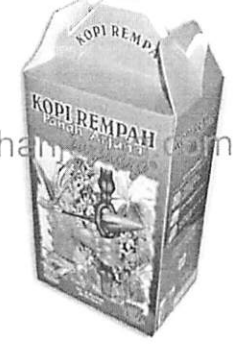
Kopi bandrek hanjuang ekstra rempah-rempah.

Komposisi : Gula palem, gula putih, kopi, krim, dan rempah-rempah.

Netto : 31 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.
Dinkes RI P-IRT NO. SP : 813327703022
Sakoteng.
Sekoteng hanjuang ekstra rempah-rempah.
Komposisi : Gula palem, gula putih, krim, jahe, sokade, kelapa, kismis, jeruk, dan rempah-rempah.
Netto : 35 gram (untuk 1 cangkir) +/- 150 ml.
Dinkes RI P-IRT NO. SP : 813327709028.

Bandrek Rempah Panah Arjuna.
Bandrek Rempah Hanjuang bukan hanya sekedar minuman bandrek biasa tetapi dilengkapi dengan rempah-rempah warisan nenek moyang yang diolah secara teliti dan higienis.
Komposisi : Jahe, gula putih, gula palem, krimer, pinang, ginseng, purwaceng, tribulus terrestris
Dinkes RI P-IRT no. 813327703021

Kopi Rempah Panah Arjuna.
Kopi Rempah Hanjuang bukan hanya sekedar minuman kopi biasa tetapi dilengkapi dengan rempah-rempah warisan nenek moyang yang diolah secara teliti dan higienis.
Komposisi : Jahe, gula putih, gula palem, krimer, pinang, ginseng, purwaceng, tribulus terrestris
Dinkes RI P-IRT no. 813327703022



Bandrek hanjuang renteng
Bandrek hanjuang kemasan renteng satu karton berisi 12 renteng yang masing-masing berisi 10 sachet, jadi isi per karton total 120 sachet

Bajigur hanjuang renteng
Bajigur hanjuang kemasan renteng satu karton berisi 12 renteng yang masing-masing berisi 10 sachet, jadi isi per karton total 120 sachet

Kopi bandrek hanjuang renteng
Kopi bandrek hanjuang kemasan renteng satu karton berisi 12 renteng yang masing-masing berisi 10 sachet, jadi isi per karton total 120 sachet

Coklat bandrek hanjuang renteng
Coklat bandrek hanjuang kemasan renteng satu karton berisi 12 renteng yang masing-masing berisi 10 sachet, jadi isi per karton total 120 sachet

Sumber : www.hanjuang.co.id

Analisa Dan Pembahasan

Menganalisis usaha Bandrek Hanjuang di saat ini dengan menggunakan analisis SWOT

a. Faktor Internal

1) Kekuatan

a) Memiliki *Brand name* yang kuat dan sudah terkenal hampir seluruh daerah di Indonesia, dan memiliki izin dari DinKes RI.

b) Menggunakan bahan baku yang segar dan asli, sehingga produk yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan bagi kesehatan konsumen yang mengkonsumsinya

c) Kualitas produk dan rasa yang dihasilkan baik dan selalu dipertahankan

d) Berani melakukan inovasi terhadap produk

e) Memudahkan masyarakat penggemar minuman khas Jawa Barat hanya dengan menyeduh sudah dapat menikmati bandrek dan bajigur instant

f) Jaringan pemasaran luas yakni hampir tersedia di seluruh supermarket di Indonesia

2) Kelemahan

a) Kurang gencarnya dalam mengiklankan produk

b) Harga yang cenderung lebih tinggi dibandingkan produk sejenis

c) Hanya dikenal oleh masyarakat Jawa Barat saja

d) Lokasi pabrik yang masih sempit

b. Faktor Eksternal

1) Peluang

a) Berkembangnya toko dan supermarket di seluruh Indonesia yang menjadi peluang untuk pengembangan usaha.

b) Meningkatnya perekonomian dan daya beli serta pola pikir masyarakat yang semakin praktis, lebih menyenangi segala yang instant.

2) Ancaman

a) Kenaikan biaya overhead, seperti tarif listrik, air, gas,

b) Kenaikan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung

b) Banyak munculnya pengusaha sejenis dan dengan sistem yang sejenis yang lebih inovatif.

d) Strategi bisnis yang mudah ditiru

e) Keluarnya pegawai bagian produksi yang pindah ke perusahaan pesaing

f) Terlambatnya kedatangan bahan baku

Setelah mengklasifikasi berbagai kemungkinan dari faktor internal dan eksternal dan agar mudah menemukan hasil analisis maka digunakanlah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan 14lternative strategis yaitu sebagai berikut:

Internal / Eksternal	Strength	Weakness
	- Memiliki *Brand name* yang kuat - Bahan baku asli dari bhn asli - Kualitas rasa yang terjamin - Inovasi produk - Memudahkan konsumen - Jaringan pemasaran yang luas	- Kurang gencarnya iklan - Harga yang cenderung tinggi bagi produk sejenis - Hanya dikenal oleh masyarakat Jabar - Lokasi pabrik yang masih sempit
Opportunities - Dengan berkembangnya supermarket baru/maraknya toko oleh-oleh, sehingga dapat memperluas pangsa pasar - Pola pikir masyarakat yang berubah, menyenangi berbagai macam produk instant	Strategy S-O - Mempertahankan kualitas rasa serta kesegaran dan keaslian bahan baku yang dipakai. - Memperbanyak kerjasama dengan supermarket atau oleh-oleh baru - Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia. - Mempertahankan kualitas	Strategy W-O - pembuatan kemasan semenarik mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya - Membuat iklan, baik di surat kabar maupun di radio dan televisi sehingga dapat memperkenalkan *brand name* Bandrek Hanjuang.

	rasa produk, walaupun produk instant.	
Threats - Kenaikan biaya overhead, seperti tarif listrik, air, gas, - Kenaikan biaya bahan baku, tenaga kerja langsung - Banyak munculnya pengusaha sejenis - Strategi bisnis yang mudah ditiru - Keluarnya pegawai bagian produksi yang pindah ke perusahaan pesaing - Terlambatnya kedatangan bahan baku	Strategy S-T - Menetapkan strategi harga yang bersaing. - Memperpanjang surat izin dari badan gizi dan pangan - Meningkatkan atau mempertahankan kualitas mutu usaha baik mutu produk maupun pelayanan.	Strategy W-T - Memperbaiki system penggajian sehingga karyawan tidak akan pindah ke pesaing - Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen - Bekerja sama dengan pemasok bahan baku agar bahan baku datang tepat waktu

Penjelasan Matriks di atas :

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya antara lain:

1) Mempertahankan kualitas rasa serta kesegaran dan keaslian bahan baku yang dipakai.

2) Memperbanyak kerjasama dengan supermarket atau toko-toko baru.

3) Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia.

4) Mempertahankan kualitas rasa produk, walaupun produk instant.

b. Strategi ST

Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman antara lain:

1) Menetapkan strategi harga.

2) Memperpanjang surat izin dari badan gizi dan pangan.

3) Meningkatkan atau mempertahankan kualitas mutu usaha baik mutu produk maupun pelayanan.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada antara lain:

1) Dengan adanya efisiensi biaya, diusahakan pembuatan kemasan semenarik mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya .

2) Membuat iklan, baik di surat kabar maupun di radio dan televise sehingga dapat memperkenalkan *brand name* Bandrek Hanjuang.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman antara lain:

1) Memperbaiki system penggajian sehingga karyawan tidak akan pindah ke pesaing

2) Memperhatikan kualitas mutu pelayanan terhadap konsumen serta lebih mengontrol kinerja serta mutu

3)Bekerja sama dengan pemasok bahan baku agar bahan baku datang tepat waktu

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Melihat potensi pasar yang ada, produk Bandrek Hanjuang ini bukanlah produk yang asing bagi kalangan masyarakat, khususnya bagi masyarakat di Jawa Barat. Begitu pula

dengan dibuatnya dalam bentuk minuman instant dalam bentuk kemasan praktis yang siap diseduh mampu diterima dan bersaing baik dengan minuman sejenis ataupun minuman lainnya. Yaitu yang dibuktikan dengan produk UKM dari Cintek ini sudah memenuhi standar higienis sebuah produk makanan yang ditetapkan pemerintah. Mulai dari pengolahan bahan mentah hingga *packaging*, menggunakan mesin berstandar internasional.

2. Bahwa pada saat ini CV Cihanjuang Inti Teknik sedang dalam masa pertumbuhan, dan menurut analisis SWOT ada empat faktor yang dapat mempengaruhi usaha CV ini, yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman itu dapat menjadi senjata bagi kemajuan perusahaan tersebut.

Rekomendasi

Dalam penelitian ini perlu kiranya disampaikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi CV. Cihanjuang Inti Teknik, yaitu :

1. Dapat menetapkan harga murah dan bersaing dengan produk sejenis, dengan menciptakan persepsi konsumen terhadap keunggulan kualitas produk, mempertahankan kehalalan produk, inovasi produk, dan pelayanan yang lebih baik serta *brand image* yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.
2. Walaupun bandrek ini dalam bentuk instant yang siap seduh, sudah seharusnya kualitas rasa dan kesegarannya harus tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Pearce. Robinson.1997. *Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara,

Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*

Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*

Jakarta: Rineka Cipta.

www.hanjuang.co.id, yang diakses pada Jumat, 13 September 2013