



Perancangan Strategi Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Produk Pakan Burung pada IKM Sinar Mas Malang dengan Metode *SWOT* dan *FMEA*

Andrianus Herman Susanto^{1, a)}, Purnomo^{1, b)}

¹*Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung Malang
Jalan Villa Puncak Tidar N-01 Malang 65151, Indonesia*

Author Emails

a) 411810002@student.machung.ac.id

b) pur.nomo@machung.ac.id

Received: 12 January 2022 / Revised: 29 February 2022 / Accepted: 15 April 2022 / Published: 06 June 2022

Abstract. This research focuses on designing marketing strategies and improving the quality of bird feed production at Sinar Mas, with the aim of maintaining marketing and increasing product sales. The study utilizes the SWOT and FMEA methods, with data collected from interviews and questionnaires over the past year. The current pandemic situation has brought challenges to Sinar Mas, making it necessary to propose alternative marketing strategies and quality improvement measures. The study proposes alternative marketing strategies based on the SWOT analysis and designs proper proposals for applying the FMEA method to improve the quality of Sinar Mas' products. The proposed measures include enhancing the marketing mix and designing a marketing strategy that is suitable for the current pandemic situation, including the use of digital marketing and optimizing social media platforms. Additionally, product quality improvements such as regular machine maintenance, improving packaging, and using high-quality ingredients are recommended. The study highlights the importance of continuously evaluating marketing strategies and product quality to maintain the competitiveness of IKMs in challenging situations. The findings of this study could be valuable for other small and medium industries facing similar challenges during the pandemic period.

Keywords: FMEA; Marketing strategy; Product quality; SME; SWOT analysis

1. Pendahuluan

Industri Kecil Menengah (IKM) adalah industri kecil yang dimiliki oleh perseorangan, Industri kecil menengah ini mendapatkan dorongan agar semakin maju, kemudian akan menjadi usaha yang bisa untuk diperhitungkan serta mampu untuk menunjukkan jati diri dari IKM. Untuk mendorong IKM agar semakin eksis dan berkembang maka ada berbagai program dari Direktorat Industri Kecil Menengah dan Aneka, Kementerian Perindustrian (Ditjen IKMA Kemenperin). Sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian pada pasal 14 ayat (3) huruf d "Pengembangan perwilayah industri dilakukan antara lain melalui pengembangan sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang dapat dilakukan melalui pembangunan sentra IKM".

Pada penelitian kali ini, akan mengambil objek penelitian di IKM Sinar Mas Malang yang berada di Kota Malang. IKM Sinar Mas adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM) bergerak dalam bidang industri pakan ternak burung berjenis millet. Lokasi IKM ini berada di Jalan. Raya

Cemorokandang No.42, Madyopuro, Kec, Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65139. IKM Sinar Mas berdiri untuk pertama kalinya ditahun 2016 dan didirikan oleh Ibu Ima Yulianti, produk yang dihasilkan oleh IKM Sinar Mas antara lain pakan ternak untuk burung yaitu burung lovebird, kenari, perkutut, dan voer cendet. Kemudian hasil dari produk tersebut akan dipasarkan ke daerah Solo, Kota Malang, Singosari, Madura, Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi, Singaraja, dan Negare. Pemasaran produk IKM dilakukan dengan metode pintu ke pintu (door to door) yang ada di daerah tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis risiko dengan menggunakan metode SWOT dan metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA). Metode SWOT dipilih agar dapat untuk menentukan prioritas alternatif strategi yang akan diperoleh dari hasil proses analisis SWOT. Kemudian untuk metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) digunakan agar mengetahui penyebab terjadinya permasalahan yang terjadi pada proses produksi di IKM Sinar Mas. Setelah dilakukan perhitungan dari metode SWOT dan metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA), maka akan didapatkan hasil untuk alternatif strategi pemasaran yang mampu mendukung kelangsungan bagi IKM terlebih untuk kondisi yang tengah dihadapi oleh semua para pelaku IKM.

2. Metode

Pada langka penelitian akan menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian. Berikut ini adalah langka-langka yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian di IKM Sinar Mas Malang.

2.1. Observasi Awal

Observasi awal adalah sebuah tahapan yang akan dibutuhkan peneliti untuk mencari tahu dan menemukan permasalahan-permasalahan yang telah timbul dalam Industri Kecil Menengah (IKM) sehingga dapat untuk dijadikan dan diolah sebagai batasan serta rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan.

2.2. Identifikasi Masalah

Tahapan identifikasi masalah adalah tahap dari lanjutan proses observasi awal, yang dimana permasalahan-permasalahan telah timbul didalam IKM akan dicatat oleh peneliti.

2.3. Studi Literatur

Studi literatur adalah suatu tahapan yang akan dibutuhkan setelah menemukan dan menentukan suatu masalah yang akan diteliti sehingga peneliti dapat mengetahui dan memahami dari dasar teori dari metode penelitian yang akan dipilih oleh peneliti untuk digunakan pada penelitian ini.

2.4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah sebuah tahapan yang bertujuan untuk peneliti agar mendapatkan data yang dibutuhkan berguna untuk diolah dan dianalisis sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

2.5. Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Data-data dapat diperoleh dari hasil wawancara langsung dari pelaku usaha Industri Kecil Menengah (IKM) Sinar Mas Malang, kemudian data akan diolah dan dianalisis agar dapat mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta bertujuan untuk memaksimalkan faktor SWOT pada IKM seperti faktor kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*) pada IKM dengan meminimalkan faktor kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) pada IKM.

2.6. Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)

IFE adalah analisis dari faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi performa dari IKM.

2.7. *External Factor Evaluation (EFE Matrix)*

EFE adalah faktor dari strategi eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi performa IKM.

2.8. *Analisis Internal and External Matrix (IE Matrix)*

Internal and External Matrix adalah untuk merumuskan strategi dengan melihat posisi perusahaan dalam matriks. Matriks IE menggunakan skor total dari nilai pembobotan IFE sebagai sumbu X dan skor total dari nilai pembobotan EFE sebagai sumbu Y.

2.9. *Analisis SWOT Matrix*

Analisis SWOT adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang terjadi dalam suatu usaha.

2.10. *Analisis FMEA*

Pada tahap ini adalah langkah-langkah dasar dari metode *failure mode and effect analysis* (FMEA) yang memiliki kompleksitas dalam suatu FMEA secara langsung dan berkaitan dengan jumlah tingkat analisis yang telah dijelaskan dari situasi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Bauran Pemasaran 4P

Bauran Pemasaran adalah strategi dalam mengkombinasikan dari kegiatan-kegiatan dalam marketing agar dapat tercipta kombinasi secara maksimal sehingga dapat memunculkan hasil yang memuaskan bagi IKM Sinar Mas, serta bauran pemasaran juga diperlukan guna mengetahui apakah produk yang telah dijual IKM Sinar Mas mampu untuk menjangkau permintaan pasar yang telah ditentukan, 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).

1. *Product* (Produk)

Produk yang akan dipasarkan oleh IKM Sinar Mas adalah pakan burung dengan beberapa varian pakan burung, yaitu : milet burung kenari, milet burung *lovebird*, milet burung perkutut, milet burung perkutut super, dan milet burung cendet.

2. *Price* (Harga)

Harga produk dari IKM Sinar Mas dimulai dari rentang Rp. 8.000,00 – Rp. 21.000,00 rupiah, tergantung pada jenis pakan burung yang akan dipesan/dibeli.

3. *Promotion* (Promosi)

Pada promosi produk yang akan dipasarkan oleh IKM Sinar Mas untuk saat ini hanya menggunakan metode pintu ke pintu (*Door to door*).

4. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi IKM ini berada di Jalan. Raya Madyopuro, Madyopuro, Kec. Kedungkandang, Kota Malang, Jawa Timur 65139. IKM ini hanya memiliki satu tempat untuk menjual dan produksi produk pakan burung.

3.2. Pembobotan IFAS dan EFAS

Pemberian nilai bobot pada faktor internal IKM akan terdiri dari variabel-variabel faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Kemudian pemberian nilai bobot pada faktor eksternal IKM akan terdiri dari variabel-variabel faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Berikut ini adalah hasil pemberian nilai bobot pada tabel IFAS dan EFAS:

Tabel 1 Pembobotan *matrix* IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strength)</i>			
Bahan material alami/herbal	0,098765432	4	0,395061728
Produk IKM dikenal secara luas	0,111111111	4	0,444444444
Menambah banyak varian	0,098765432	3	0,296296296
Harga terjangkau untuk semua kalangan	0,098765432	3	0,296296296
Kualitas produk terjaga secara higineis	0,111111111	4	0,444444444
<i>Packaging</i> praktis dan mudah dibawah	0,098765432	3	0,296296296
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
Sumber daya manusia sangat minim	0,061728395	2	0,12345679
Keterbatasan pengelolaan keuangan	0,074074074	1	0,074074074
Menurunnya pemasukan	0,086419753	2	0,172839506
Pemasaran masih pintu ke pintu	0,074074074	1	0,074074074
<i>Quality control</i> bahan baku sulit	0,086419753	2	0,172839506
Total	1		2,790123457

Tabel 2 Pembobotan *matrix* EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunity)</i>			
Bekerja sama dengan market place	0,160714286	4	0,642857143
Tawaran dari pabrik dalam bentuk barang	0,142857143	4	0,571428571
Masih ada permintaan dari konsumen	0,160714286	4	0,642857143
Pelanggan baru mencari IKM Sinar Mas	0,160714286	3	0,482142857
<i>Ancaman (Threats)</i>			
Banyak muncul pelaku usaha baru	0,107142857	1	0,107142857
Pengurangan permintaan	0,089285714	2	0,178571429
Penurunan daya beli	0,089285714	2	0,178571429
Kondisi ekonomi tidak stabil	0,089285714	2	0,178571429
Total	1		2,982142857

3.3. Analisis SWOT

Tahap analisis SWOT adalah awal dari proses untuk perumusan strategi yang akan dilakukan oleh IKM. dalam analisis SWOT juga akan mendapatkan saran untuk pemilik IKM Sinar Mas dalam menjalankan strategi pemasaran yang tepat dan pengurangan jumlah cacat produk (*defect*) dengan memanfaatkan peluang dari faktor eksternal serta kekuatan dari faktor internal, dengan mengawasi ancaman dari faktor eksternal serta kelemahan dari faktor internal.

Tabel 3 *Matrix* SWOT

Internal Eksternal	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
	1. Bahan material alami/herbal	1. Sumber daya manusia sangat minum
	2. Produk IKM sudah dikenal secara luas (offline)	2. Memiliki keterbatasan pengelolaan keuangan IKM
	3. Menambahkan banyak varian	3. Menurunnya pemasukkan
	4. Harga cukup terjangkau bagi semua kalangan	4. Pemasaran masih dari pintu ke pintu
	5. Kualitas produk terjaga karena diolah dengan higineis	5. <i>Quality control</i> bahan baku sulit
	6. <i>Packaging</i> praktis dan mudah dibawa	
<i>Opportunities (O)</i>	<u>Strategi SO</u>	<u>Strategi WO</u>
1. Bekerja sama dengan <i>market place</i>	1. Menjaga kualitas produk dengan menggunakan	

2. Tawaran dari pabrik dalam bentuk barang		bahan alami/herbal serta diolah secara higineis dengan bantuan barang dari pabrik.	1. Membuat program promosi melalui <i>market place</i> dan media sosial.
3. Masih ada permintaan dari konsumen			2. Memanfaatkan barang dari pabrik sebagai sarana untuk mengembangkan kebutuhan IKM.
4. Pelanggan baru mencari IKM Sinar Mas	2	Memperluas pasar penjualan secara offline dan bekerjasama dengan <i>marketplace</i> .	3. Mengembangkan varian jenis produk pakan burung yang baru.
	3	Memberikan kemudahan dari segi harga yang ramah kantong dan <i>packaging</i> yang praktis sehingga pelanggan tertarik untuk membeli produk.	4. Memanfaatkan bahan baku yang tidak bisa diolah dengan cara dijual ke toko-toko kecil.
	4	Mengembangkan varian jenis pakan burung baru untuk menambah jumlah permintaan dari konsumen.	
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT	
1. Banyak muncul pelaku usaha baru	1.	Melakukan pemasaran produk dengan memberikan penawaran harga yang terjangkau.	1. Mencari bahan baku yang harganya lebih murah.
2. Pengurangan permintaan	2.	Menambah varian jenis pakan burung yang baru.	2. Merancang program pemasaran.
3. Penurunan daya beli	3.	Membangun jaringan dari segi pemasaran yang terintegrasi.	3. Memberikan promosi kepada konsumen.
4. Kondisi ekonomi yang tidak stabil	4.	Meningkatkan loyalitas untuk konsumen.	4. Menggunakan bahan baku secara efisien selama kondisi ekonomi yang tidak stabil.

3.4. Analisa FMEA (*Failure Mode and Effect Analysis*)

Penggunaan analisa FMEA memiliki fungsi untuk memberikan pembobotan pada nilai *Severity (S)*, *Occurance (C)*, dan *Detection (D)*. berdasarkan dengan potensi akan efek kegagalan, penyebab kegagalan, dan nilai dari RPN (*Risk Priority Number*). Data yang akan diambil yaitu : Kemasan pecah, menjamur, membusuk, penyusutan berat, perubahan ukuran dan bentuk, penurunan mutu dan perubahan jenis mutu, dan penuruna atau kehilangan nilai gizi. Nilai dari pembobotan yang akan digunakan pada analisis di metode FMEA (*Failure Mode and Effect Analysis*) didapatkan dari hasil observasi lapangan, wawancara, dan kuesioner ke pihak-pihak yang terkait proses produksi antara lain pihak produksi dan pemilik IKM Sinar Mas.

Tabel 4 Perhitungan FMEA

Potensi Kegagalan	RESPONDEN														Kategori
	Pengaruh (S)			Frekuensi (O)			Deteksi (D)			Nilai RPN			Rata-rata		
	R1	R2	R3	R	R2	R3	R1	R2	R3	R1	R2	R3			
Kemasan Pecah	7	7	8	10	9	10	7	7	7	490	441	560	497	<i>Very High</i>	
Menjamur	6	6	8	9	9	6	5	7	7	270	378	336	328	<i>Very High</i>	
Membusuk	6	6	8	9	9	6	5	7	7	270	378	336	328	<i>Very High</i>	
Penyusutan berat	2	5	1	7	7	4	7	7	7	98	245	28	123,67	<i>High</i>	

Perubahan ukuran dan bentuk	2	5	1	7	7	4	7	10	7	98	350	28	158,67	High
Penurunan mutu dan perubahan jenis mutu	4	2	2	7	3	4	7	10	7	196	60	56	104	Medium
Penurunan atau kehilangan nilai gizi	2	2	1	6	3	1	7	10	7	84	60	7	50,33	Low

3.5. Usulan Perbaikan

Bentuk usulan perbaikan yang dapat dilakukan dalam mengurangi jumlah *defect* selama proses produksi berdasarkan dari hasil analisa menggunakan metode FMEA (*Failure Mode and Effect Analysis*) adalah sebagai berikut ini:

Tabel 5 Usulan perbaikan

No	Potensi Kegagalan	Usulan Perbaikan
1	Kemasan pecah	Melakukan penggantian kemasan produk dengan ketebalan kemasan yang pas untuk produk IKM
2	Menjamur	Melakukan proses sangrai dan pendinginan dengan waktu lebih lama ke bahan setengah jadi
3	Membusuk	Melakukan proses sangrai dan pendinginan dengan waktu lebih lama ke bahan setengah jadi
4	Perubahan ukuran dan bentuk	Melakukan pengawasan pada saat proses produksi
5	Penurunan mutu dan perubahan jenis mutu	Melakukan pengawasan pada saat proses produksi

Berdasarkan pada tabel 4.9, terdapat beberapa usulan perbaikan yang dapat diterapkan pada proses produksi IKM Sinar Mas, adalah sebagai berikut ini :

1. Usulan perbaikan untuk potensi kegagalan kemasan pecah adalah melakukan penggantian kemasan produk, menjadi kemasan produk dengan tingkat ketebalan kemasan yang lebih tebal dan harga kemasan yang terjangkau.
2. Usulan perbaikan untuk potensi kegagalan menjamur dan membusuk adalah melakukan proses sangrai dan pendinginan dengan waktu lebih lama agar bahan baku setengah jadi ini tidak mengalami potensi menjamur dan membusuk.
3. Usulan perbaikan untuk potensi kegagalan perubahan ukuran dan bentuk dan penurunan mutu dan perbuhanan jenis mutu adalah melakukan pengawasan terhadap proses produksi agar terhindar dari potensi kegagalan tersebut.

4. Kesimpulan

Pada perancangan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan langkah awal yaitu dari mengumpulkan data mulai faktor internal dan faktor eksternal dari objek penelitian. Penelitian kali ini, akan menggunakan objek penelitian IKM Sinar Mas di Kabupaten Malang. Data yang didapatkan adalah data untuk faktor internal dan faktor eksternal dari IKM Sinar Mas berkaitan dengan keadaan pandemi Covid-19. Dalam menentukan strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh IKM Sinar Mas akan dibantu dengan menggunakan bauran pemasaran, bauran pemasaran akan sangat membantu dalam menentukan strategi dalam berbagai aspek yang terkandung dalam 4P (*product, price, place, dan promotion*). Kemudian strategi-strategi tersebut melalui proses wawancara dengan pemilik IKM yang dapat menentukan startegi paling memungkinkan untuk diimplementasikan ke IKM Sinar Mas. Dalam merancang strategi pemasaran maka akan dibutuhkan analisis SWOT dengan menggunakan metode SWOT, akan didapat hasil sebagai berikut yaitu menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan baku alami/herbal, memperluas pasar penjualan secara offline dan berkerjasama dengan *place*, memberikan kemudahan seperti harga yang terjangkau dan *packaging* yang praktis, dan menambahkan varian

jenis pakan burung yang baru. Dengan begitu akan membantu IKM Sinar Mas dalam menghadapi permasalahan seperti pandemi *covid-19* ataupun wabah pandemi yang akan datang. Kemudian dalam merancang usulan perbaikan untuk pengendalian kualitas akan dibutuhkan analisis FMEA, dengan menggunakan metode FMEA maka akan didapatkan hasil sebagai berikut ini penggantian simpulan ditulis dalam satu paragraf. Bagian ini berisi tingkat ketercapaian target kegiatan, dampak dari kegiatan dan rekomendasi untuk kegiatan selanjutnya jika ada. kemasan produk yang baru, melakukan proses sangrai dan pendinginan dengan waktu lebih lama, dan melakukan pengawasan saat proses produksi. Dengan begitu akan mengurangi jumlah kegagalan selama proses produksi pada IKM Sinar Mas.

Daftar Pustaka

- Andiyanto, S., Sutrisno, A., Punuhsingon, C., 2016. Penerapan metode FMEA (Failure Mode and Effect Analysis) untuk kuantifikasi dan pencegahan resiko akibat terjadinya *lean waste*. *Jurnal Online Poros Teknik Mesin*, pp. 6
- Astuti, A. M. I., Ratnawati, S., 2020. Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 17(2), pp. 58–70
- Daryanto, L. H., Hasiholan, L. B., Seputro, A., 2019. The influence of marketing mix on the decision to purchase martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Volume 5(5), pp. 1–7
- Khoiroh, S. M., 2022. *Modified FMEA alam manajemen risiko rantai pasok industri budidaya lobster*. Volume 17(1), pp. 85–96
- Larsson, S., Gustavsson, S., 2020. *Marketing innovation for SMEs during COVID-19 pandemic a case study of the hospitality industry in Norrbotten*. pp. 1–80
- Muhyiddin., 2020. Covid-19, *new normal*, dan perencanaan pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, Volume 4(2), pp. 240–252. Tersedia online di: <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.118>
- Novijanto, N., Ruriani, E., TK, F., 2008. Strategi pemasaran dan peningkatan kualitas keripik Sukun. *Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Jember*, Volume 5(1), pp. 62–70
- Perindustrian, K. (n.d.). *UU_Perindustrian_No_3_2014.pdf*.
- Setyorini, H., Effendi, M., Santoso, I., 2016. Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, Volume 5(1), pp. 46–53. Tersedia online di: <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Suherman, A., Cahyana, B. J., 2019. Pengendalian kualitas dengan metode *Failure Mode Effect And Analysis* (FMEA) dan pendekatan *kaizen* untuk mengurangi jumlah kecacatan dan penyebabnya. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, pp. 1–9
- Wulannata, A. I., 2017. Analisis SWOT implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Volume 20(1), pp. 133–144
- Yaqin, R. I., Zamri, Z. Z., Siahaan, J. P., Priharanto, Y. E., Alirejo, M. S., Umar, M. L., 2020. Pendekatan FMEA dalam analisa risiko perawatan sistem bahan bakar mesin induk: studi kasus di KM. Sidomulyo. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, Volume 9(3), pp. 189–200. Tersedia online di: <https://doi.org/10.26593/jrsi.v9i3.4075.189-200>

This page is intentionally left blank