

**POTENSI PENGEMBANGAN USAHA WEDANG UWUH DI DESA WUKIRSARI
KECAMATAN IMOGIRI KABUPATEN BANTUL PROVINSI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

Sriwulan Damanik¹, Istiti Purwandari, SP. MP², Resna Trimerani, S.Pi.,M .Sc²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²DosenFakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Pengembangan usaha merupakan suatu lembaga yg menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Di dalam penelitian ini memaparkan beberapa strategi pengembangan bisnis yang dapat dilakukan oleh UKM. Potensi pengembangan dapat mendorong adanya strategi untuk pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari. Penelitian ini memiliki Tujuan : untuk mengetahui kondisi usaha wedang uwuh, untuk mengetahui potensi pengembangan usaha wedang uwuh, untuk mengetahui strategi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. Sampel yang digunakan sebanyak 30 pelaku usaha wedang uwuh .Data di analisis menggunakan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan kondisi usaha wedang uwuh terhadap kekuatan adalah pengalaman dalam berusaha dan harga wedang uwuh yang mudah dijangkau oleh konsumen. Potensi utama pengembangan usaha wedang uwuh adalah pengalaman para pelaku usaha wedang uwuh dan permintaan pasar yang cukup tinggi Berdasarkan Hasil matriks posisi SWOT usaha wedang uwuh ini berada dikuadran I (strategi agresif) yang artinya usaha wedang uwuh memiliki kekuatan dan peluang yang baik untuk mengembangkan usaha dan strategi ini difokuskan kepada strategi (Strength-Opportunity) yaitu memanfaatkan pengalaman dalam berusaha untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dari wedang uwuh. Mempertahankan kualitas dan kuantitas bahan baku , jaringan distribusi, kemitraan dari usaha wedang uwuh agar dapat menambah kepercayaan dari konsumen. Memperluas jangkauan pemasaran dan mencoba memasuki pasar yang berada diluar kota dengan memanfaatkan banyaknya permintaan wedang uwuh.

Kata Kunci: Kondisi Usaha ,Potensi, Strategi pengembangan, Faktor Internal dan EksternaL,
Analisis SWOT

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki Perencanaan pembangunan (development planning) yang berkaitan dengan upaya meningkatkan pertumbuhan pembangunan di tingkat ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Maka dari itu kita harus mencermati suatu pembangunan, khususnya di tingkat ekonomi yang benar-benar memiliki struktur yang kuat dan dapat bertahan dalam situasi apapun (Anggraini dan Nasution, 2013). Untuk melakukan Pengembangan pertumbuhan ekonomi yang berbasis partisipasi masyarakat luas sebagai pelaku usaha pemerintah juga harus membantu dalam pembangunan ekonomi saat ini (Farah, 2017).

Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat, dan berkembang saat ini mewarnai perekonomian di beberapa wilayah Indonesia. Dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik bahwa jumlah UMKM tidak berkurang, justru semakin meningkat pertumbuhannya, Jumlah UMKM tahun 2017 mencapai 62.9 juta dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia, sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja, Usaha Kecil 5,7 juta dan Usaha Menengah. Lalu jumlah UMKM tahun 2018 saat ini

mencapai lebih dari 58,97 juta dan perkembangannya sekitar 98,68 % dari total usaha non pertanian di Indonesia. UMKM juga menyerap tenaga kerja Indonesia sekitar 75,33 %. Dapat dikatakan bahwa perkembangan UMKM mengalami penurunan, tetapi tidak diragukan lagi bahwa UMKM merupakan andalan dalam pengembangan ekonomi (Badan Pusat Statistik, 2018).

Dengan munculnya Usaha Kecil Menengah (UKM) maka lapangan pekerjaan pun bertambah. Di tengah booming-nya bisnis UKM, muncul banyak tawaran bisnis baik itu berbentuk kemitraan atau rintisan. Peluang bisnis yang masih banyak yaitu di bisnis makanan dan minuman. Hal ini dikarenakan karena besarnya pasar yang tersedia dan bisnis ini cenderung terhadap krisis. Tentunya bisnis ini menjanjikan keuntungan yang menggiurkan, terutama dalam bidang minuman. Apalagi jika minuman tersebut menjanjikan kesegaran, kesehatan dan bernuansa tradisional tentu akan membuat konsumen melirik produk ini.

Desa Wukirsari adalah desa yang memiliki status ekonomi menengah ke bawah. Tetapi kunci dalam kesejahteraan perekonomian masyarakat adalah sumber daya alam dan sumber daya manusianya.

Desa Wukirsari memiliki sumber daya alam yang dapat dijadikan sebagai solusi dalam meningkatkan pendapatan warganya. Satu di antaranya adalah tersedianya bahan-bahan dalam pembuatan minuman khas Daerah Imogiri , yaitu Wedang Uwuh. Karena ketersediaan bahan baku pembuatan wedang uwuh tersebut berada dekat pada Makam Raja-Raja Imogiri maka masyarakat disana ada yang mengembangkannya.

Wedang Uwuh adalah minuman organik penghangat tubuh dengan bahan-bahan yang memiliki khasiat bagi kesehatan, seperti kayu secang, cengkeh, daun pala, kayu manis, akar serai, kapulaga, gula batu dan jahe. Peningkatan populasi usaha wedang uwuh dapat dilakukan di suatu wilayah jika didukung oleh potensi wilayah itu sendiri untuk pengembangan wedang uwuh. Dengan mengetahui Kondisi usaha dan peluang usaha kita bisa melakukan kajian- kajian terkait pengembangan usaha . Misalnya mengetahui potensi masyarakat dan berbagai kegiatan perekonomian yang dapat dikembangkan di wilayah tersebut (Grehenson,2008).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi usaha wedang uwuh dengan cara mengetahui potensi

pengembangan usahanya atau potensi wilayah di Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri, dan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Usaha Wedang Uwuh Kecamatan Imogiri ,Kabupaten Bantul.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi,

1. Bagaimana kondisi usaha wedang uwuh yang ada di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul?
2. Apa potensi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul ?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini

1. Untuk mengetahui kondisi usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul.
2. Untuk mengetahui potensi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul.

3. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul.

III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2021, bertempat di Desa Wukirsari Kecamatan Imogir, Kabupaten Bantul ,Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi menggunakan metode *study kasus*, berdasarkan berkembangnya pelaku usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari yang berjalan secara *continue*.

B. Metode Dasar Penelitian

Metode pengambilan data yang digunakan adalah metode *purposive sampling*, dengan ciri khusus yaitu pelaku usaha wedang uwuh Responden yang di dapat adalah sebanyak 30 responden pelaku usaha wedang uwuh . Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki mengenai potensi pengembangan melalui Faktor eksternal dan internal pada

kelompok usaha “Wedang Uwuh ” di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, kabupaten Bantul, Yoyakarta.

C. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui faktor perkembangan potensi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa wukirsari menggunakan metode Dengan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pengembang . Analisis ini didasarkan logika yang dapat memaksimalkan strength (kekuatan) dan opportunity (peluang), namun secara bersamaan dapat meminimalkan weakness (kelemahan) dan threat (ancaman). Strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunity (peluang) dan threat (ancaman) merupakan faktor-faktor strategis pelaku usaha wedang uwuh yang perlu dianalisis menggunakan Matrix Internal Factor Analysis Summary (IFA) dan Matrix Eksternal Factor Analysis Summary (EFA). Lalu setelah itu membuat Strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan isu strategi kewirausahaan. S-O strategies (Strengths-Opport strategies) adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang. W-O strategies (Weaknesses-Opport strategies) adalah strategi yang disusun dengan cara

meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. S-T strategies (Strengths-Threaths strategies) adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman. W-T strategies (Weaknesses-Threaths strategies) adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman (Rangkuti, 2015).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden Usaha Wedang Uwuh

Berbagai aspek karakteristik responden dapat dilihat dari segi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan. yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Menurut Usia

Tabel 5.1 Jumlah Responden Usaha Wedang Uwuh Berdasarkan Umur.

No	Umur (Tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
1	26-35	1	3.33
2	36-45	2	6.66
3	46-55	6	20
4	56-65	19	63.3
5	66 >	2	6.66
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer, Diolah 2021

Berdasarkan data di atas bahwa pelaku usaha wedang uwuh berdasarkan umur masih kurang produktif sehingga produktivitas kerja masih kurang cukup tinggi.

2. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.

Tabel 5.2 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Tidak Lulus SD	4	13.3
2	SD	18	60
3	SMP	6	20
4	SMA	2	6.66
5	Perguruan Tinggi		
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer, Diolah 2021

Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari belum memperhatikan masalah pendidikan, hal tersebut terlihat dari kurangnya pendidikan yang hanya sebatas Sekolah Dasar saja.

3. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan

Tabel 5.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Sampel	Presentase (%)
1	2	2	6.66
2	3	6	20
3	4	13	43.3
4	5	5	16.6
5	6	4	13.3
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer, Diolah 2021.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pengusaha sampel tertinggi yang memiliki tanggungan 4 sebanyak 13 orang atau 43,3% dan yang terendah sebanyak 2 orang atau 6,6%. Hal ini dilakukan untuk melihat keadaan keluarga dari jumlah tanggungan dalam memenuhi semua kebutuhan hidup.

B. Identitas Usaha

Adapun yang menjadi Identitas usaha wedang uwuh terdiri dari Nama Usaha, Jumlah Tenaga Kerja ,pendapatan usaha perbulan,Pengeluaran Perbulan, status badan usaha, dan Status kepemilikan usaha. Berikut tabel identitas usaha wedang uwuh sebagai berikut:

1. Jumlah Tenaga Kerja

Identitas usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja ,dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.7 Identitas Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.

No	Tenaga kerja	Frekuensi	Presentase (%)
1	2	5	18,5
2	3	12	44,4
3	4	7	23,3
4	5	6	22,2
Jumah		30	100

Sumber:Data Primer,2021

Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini lebih dominasi oleh mereka yang memiliki tenaga kerja 3. Untuk sumber daya tenaga kerja nya rata – rata berasal dari dalam keluarga.

2. Pendapatan Usaha Tahunan

Adapun pendapatan usaha tahunan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 5.8. Identitas Usaha Berdasarkan Pendapatan Tahunan.

NO	Pendapatan Tahunan (Rp)	Jumlah	Persentase (%)
1	12.000.000 – 20.000.000	18	60
2	20.000.001 – 30.000.000	8	26,6
3	30.000.001 – 40.000.000	4	13,3
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer ,2021

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat perbandingan mengenai pendapatan tahunan responden usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari , Kecamatan Imogiri yang berjumlah 30 orang. Jumlah responden usaha wedang uwuh yang pendapatan tahunan 12.000.000-20.000.000 yan berjumlah 18 orang. pengusaha yang menerima pendapatan tahunan tersebut diperoleh dari hasil penjualan wedang uwuh.

3. Pengeluaran Perbulan

Adapaun Pengeluaran Perbulan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.9. Identitas Usaha Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.

NO	Pengeluaran Perbulan (Rp)	Jumlah	Persentase (%)
1	1.000.000 – 2.000.000	6	20
2	2.000.001 – 3.000.000	20	66,6
3	> 3.000.001	4	13,3
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat perbandingan mengenai pengeluaran perbulan responden usaha wedang uwuh yang berjumlah 30 orang. pengusaha yang pengeluaran perbulan petani yang terbesar Rp 2.000.001- Rp 3.00.000 berjumlah 20 orang atau sekitar 66,6 %.

Pengusaha yang pengeluarannya banyak disebabkan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang tinggi dan juga membeli bahan baku wedang uwuh.

4. Status Kepemilikan Usaha

Adapun status kepemilikan usaha dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.10. Identitas Usaha Berdasarkan Status Kepemilikan Usaha.

NO	Status Kepemilikan Lahan	Jumlah	Persentase (%)
1	Milik Sendiri	30	100
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer, 2021.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat perbandingan mengenai status kepemilikan Usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari yang berjumlah 30 orang. jadi Identitas usaha yang mempunyai lahan milik sendiri berjumlah 30 orang atau sekitar 100 % .

c. Kondisi Usaha Wedang Uwuh

1. Kekuatan (Strength)

Berikut Kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha wedang uwuh diantaranya yaitu:

a. Pengalaman Dalam Berusaha

Tabel 5.11 Jumlah Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha

No	Pengalaman	Jumlah	Presentase (%)
1	1 - 10 Tahun	22	73.3
2	11 -20 Tahun	8	26.6
JUMLAH		30	100

Sumber: Data Primer ,2021

Dari tabel tersebut bahwa pengusaha wedang uwuh di desa wukirsari sudah cukup berpengalaman, hal ini

dapat dilihat dari lamanya menjalankan usaha tersebut. Dengan pengalaman yang cukup akan dan membuat para pelaku usaha wedang uwuh memiliki selera untuk memproduksi wedang uwuh.

b. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh para pelaku usaha wedang uwuh berasal dari pemasok dan ada juga yang memproduksi sendiri. Untuk menghasilkan produk wedang uwuh yang berkualitas dan rasa yang enak maka harus menggunakan bahan baku yang berkualitas. Para pelaku usaha wedang uwuh menggunakan bahan-bahan asli yang berada dekat dengan makam imogiri dan tidak menggunakan bahan-bahan yang mengandung kimia.

c. Harga

Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.12 Harga Wedang Uwuh Per Pcs

No	Harga/pcs	Jumlah	Presentase (%)
1	Rp.2.500	23	76,6
2	Rp.3.000	7	23,3
JUMLAH		30	100

Sumber: Data Primer,2021

Harga yang mereka berikan cukuplah terjangkau dan dapat dibeli semua kalangan. Biasanya konsumen pada umumnya lebih menyukai

produk yang murah tetapi dengan kualitas produk wedang uwuh yang bagus. Harga dapat terjangkau oleh semua masyarakat karena bahan-bahan untuk pembuatan wedang uwuh diperoleh dari pasar lokal dan melimpah jumlahnya.

2. Kelemahan (Weakness)

a. Modal Usaha

Para pelaku usaha wedang uwuh mendirikan usaha bersumber dari modal mandiri dalam menjalankan usahanya. Modal para pelaku usaha wedang uwuh tidak ada yang berasal dari lembaga keuangan atau lembaga pembiayaan. Maka dari itu para pelaku usaha wedang uwuh sangat sulit untuk mengembangkan usahanya khususnya penambahan alat-alat produksi, tidak mampu memperluas usahanya, menambah produksinya, melakukan perbaikan kemasan, dan memperluas target penjualan.

b. Kurangnya Adanya Promosi

Dari hasil penelitian yang saya lakukan Para pengusaha wedang uwuh yang berada di Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri dalam menjalankan usahanya masih kurang melakukan kegiatan promosi. Promosi masih sangat kurang dilakukan melalui media elektronik, maupun

menggunakan jaringan sosial media yang ada. Mereka hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut saja. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan produsen dalam teknik dan penguasaan teknologi informasi yang dapat dijadikan media promosi.

c. Pengemasan

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan pengusaha wedang uwuh yang berada di Desa Wukirsari melakukan pengemasan wedang uwuh dengan menggunakan plastik dan mika. Plastik yang digunakan hanya memiliki satu ukuran saja yaitu khusus untuk wedang uwuh yang dijual per pcs. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan mika diisi dengan wedang uwuh yang sudah dibungkus dengan plastik, per mika biasanya berisi 10 wedang uwuh, hal ini kurang menarik minat calon konsumen karena tidak adanya design/gambar, tidak kedap udara, warna, label, dan keterangan mengenai produk di kemasan wedang uwuh tersebut.

3. Peluang (Opportunities)

Berikut ini adalah faktor-faktor peluang dari pengembangan usaha wedang uwuh yaitu:

a. Permintaan pasar yang cukup tinggi

Dapat dilihat pada tabel permintaan wedang uwuh per hari sebagai berikut:

Tabel 5.14 permintaan wedang uwuh per hari

NO.	Permintaan per hari/pes	Jumlah	Persentase (%)
1	50	13	43,3
2	100	14	46,6
3	150	3	20
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primer, 2021

Semakin tingginya permintaan produk wedang uwuh, ini merupakan peluang yang sangat baik untuk dimanfaatkan. Dapat kita lihat juga Masyarakat sekarang ini lebih memperhatikan kesehatan, sehingga wedang uwuh sebagai minuman herbal yang kaya akan manfaat untuk kesehatan sangat berpeluang memikat hati konsumen. Namun pengusaha tersebut belum mampu memanfaatkan peluang yang ada. Pada awalnya permintaan produk wedang uwuh ini sangat sedikit tetapi dikarenakan kondisi pandemi menyebabkan peningkatan permintaan wedang uwuh semakin meningkat.

- b. Adanya kepercayaan dari konsumen
- Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan Produk wedang uwuh di Desa Wukirsari sudah banyak di kenal oleh khalayak umum, mulai dari konsumen di Desa Wukirsari sampai konsumen dari luar desa Wukirsari.

- c. Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan usaha wedang uwuh ini cukup mudah di lakukan, karena bisa dikembangkan disemua lokasi/daerah. Namun lokasi dalam pembuatan wedang uwuh ini harus luas agar mempermudah dalam melakukan proses produksi.

4. Ancaman (*Threats*)

- a. Munculnya Pesaing Baru

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan karena mudahnya proses produksi pembuatan wedang uwuh ini mengakibatkan munculnya para pesaing baru. Seperti munculnya para distributor yang memanfaatkan teknologi. Banyaknya juga minuman kesehatan yang beredar dimasyarakat yang lebih praktis dalam penyajiannya Selain itu para pengusaha wedang uwuh di desa Wukirsari, tidak mampu mengembangkan usahanya dan hanya mampu memproduksi wedang uwuh dengan jumlah sedikit, hal ini juga disebabkan oleh modal dan alat yang tidak memadai.

- b. Munculnya Produk serupa Yang Lebih Inovatif

Berdasarkan hasil peneltian saya , dengan bertambahnya pesaing baru mengakibatkan produk wedang uwuh semakin mengalami peningkatan, para pelaku usaha wedang uwuh berlomba-lomba untuk membuat produk wedang uwuh menjadi lebih inovatif seperti membuat wedang uwuh bubuk, wedang uwuh celup serta ada yang membuat kemasan yang lebih menarik . hal ini dapat menjadi suatu ancaman bagi pengusaha wedag uwuh di desa wukirsari. Tetapi para usaha wedag uwuh masih kurang dalam membuat atau meningkatkan produk yang lebih inovatif.

D. Potensi Pengembangan Usaha Wedang Uwuh

Pengembangan potensi wedang uwuh merupakan kegiatan untuk meningkatkan produk dengan melihat kondisi potensialnya. Dukungan bagi pengembangan wedang uwuh di desa wukirsari sangat besar karena mempunyai sumber daya potensial.

Potensi dari Pengembangan usaha wedang uwuh yang paling berpengaruh adalah pengalaman dalam berusaha dan permintaan pasar yang cukup tinggi dikarenakan para pelaku usaha wedang

uwuh rata-rata sudah cukup berpengalaman dalam menjalankan usahanya , terutama dalam memproduksi wedang uwuh mulai dari penyediaan bahan-bahan baku yang berkualitas dan pastinya akan menambah permintaan pasar jika produk wedang uwuh ini memiliki kualitas yang baik untuk menjaga kesehatan tubuh para penikmat wedang uwuh, apalagi pada saat dimasa pandemi sekarang pastinya permintaan wedang uwuh semakin meningkat dikarenakan wedang uwuh ini memiliki khasiat yang bagus untuk kesehatan tubuh

E. Strategi Pengembangan

Setelah tahapan identifikasi tersebut selesai , maka selanjutnya ke analisis SWOT faktor-faktor internal dan eksternal diberi bobot dan rating ya. Dapat dilihat hasil pemberian bobot dan skala rating faktor-faktor internal dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.15 Faktor Internal Analisis (IFA)

No	Faktor Internal	Rating	Bobot	Bobot Relatif	Skoring (Rating x Bobot relatif)
Kekuatan					
1	Pengalaman Dalam Berusaha	4	4	0.182	0.73
2	Bahan Baku	4	3	0.136	0.55
3	Harga	4	4	0.182	0.73
Total Skor Kekuatan		12	11		2.00
Kelemahan					
1	Modal Usaha Terbatas	3	3	0.136	0.41
2	Kurang adanya promosi produk	2	4	0.182	0.36
3	Pengemasan	2	4	0.182	0.36
Total Skor kelemahan		7	11		1.14

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Pada tabel diatas terlihat bahwa faktor internal menunjukkan nilai komulatif rata-rata faktor kekuatan sebesar 2.00

lebih besar dari faktor kelemahan sebesar 1,14 Jadi faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan..

Tabel 5.16 Faktor Eksternal Analisi (EFA)

No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Bobot Relatif	Skoring (Rating x Bobot Relatif)
Peluang					
1	Permintaan pasar yang cukup tinggi	4	4	0.235	0.94
2	Adanya kepercayaan dari konsumen	3	4	0.235	0.71
3	Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	3	3	0.176	0.53
Total skor Peluang		10	11		2.18
Ancaman					
1	Munculnya pesaing Baru	2	3	0.176	0.35
2	Munculnya produk yang lebih Inovatif	2	3	0.176	0.35
Total Skor Ancaman		4	6		0.71

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Pada tabel diatas terlihat bahwa faktor eksternal menunjukkan bahwa nilai komulatif rata-rata untuk faktor peluang sebesar 2,18 lebih besar dari pada nilai rata-rata faktor ancaman yang

hanya sebesar 0,71 Jadi faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Ancaman yang paling besar dalam pengembangan usaha wedang uwuh ini yaitu munculnya produk baru yang lebih

inovatif dikarenakan ketika muncul produk yang baru akan membuat konsumen untuk lebih memilih produk yang lebih baru dan inovatif dan ini yang menyebabkan munculnya pesaing baru yang menjual produk wedang uwuh

Sedangkan yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha wedang uwuh ini yaitu permintaan pasar yang cukup tinggi yang cukup besar. Selanjutnya dilakukan penggabungan antara faktor internal dan eksternal yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.17 Penggabungan Faktor Internal (IFA) dan Matriks Faktor Eksternal (EFA).

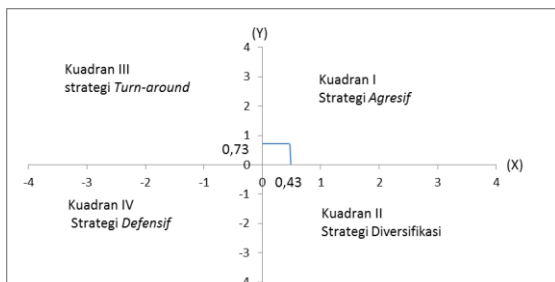
No	Faktor Internal	Rating	Bobot	Bobot Relatif	Skoring (Rating x Bobot relatif)
Kekuatan					
1	Pengalaman Dalam Berusaha	4	4	0.182	0.73
2	Bahan Baku	4	3	0.136	0.55
3	Harga	4	4	0.182	0.73
Total Skor Kekuatan		12	11		2.00
Kelemahan					
1	Modal Usaha Terbatas	3	3	0.136	0.41
2	Kurang adanya promosi produk	2	4	0.182	0.36
3	Pengemasan	2	4	0.182	0.36
Total Skor kelemahan		7	11		1.14
Total Bobot & Score			22	1.00	3.14
selisih kekuatan dan kelemahan					0,43
No	Faktor Eksternal	Rating	Bobot	Bobot Relatif	Skoring (Rating x Bobot Relatif)
Peluang					
1	Permintaan pasar yang cukup tinggi	4	4	0.235	0.94
2	Adanya kepercayaan dari konsumen	3	4	0.235	0.71
3	Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	3	3	0.176	0.53
Total skor Peluang		10	11		2.18
Ancaman					
1	Munculnya pesaing Baru	2	3	0.176	0.35
2	Munculnya produk yang lebih Inovatif	2	3	0.176	0.35
Total Skor Ancaman		4	6		0.71
Total Bobot & Score			17	1.00	2.88
selisih peluang dan ancaman					0,73

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Dengan tersusunnya penggabungan Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal tersebut dapat menghasilkan nilai skor pada masing-masing faktor internal dan eksternal. Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut:

1. Faktor Kekuatan (Strength) : 2,00
2. Faktor Kelemahan (Weakness) : 1,14
3. Faktor Peluang (Opportunity) : 2,18
4. Faktor Ancaman (Threat) : 0,71

Hasil dari analisis faktor internal dan eksternal di atas menunjukkan nilai kekuatan lebih tinggi dari nilai kelemahan , yaitu dengan selisih 0,43. Sedangkan nilai peluang lebih tinggi dari nilai ancaman , yaitu dengan selisih 0,73. Dari hasil faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk diagram SWOT. Diagram ini digunakan untuk melihat posisi kuadran potensi pengembangan usaha wedang uwuh . Berikut ini gambar diagram SWOT potensi pengembangan usaha wedang uwuh di Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul.



Gambar 5.1 Hasil Diagram Matriks Posisi SWOT

Sumber : Analisis Data Primer 2021

Dari hasil diagram matriks internal dan eksternal yang diperoleh dari nilai total skor pembobotan pada usaha wedang uwuh di Desa wukirsari adalah untuk nilai X 0,43 artinya nilai ini merupakan selisih antara kekuatan dan kelemahan dimana kekuatan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan. Untuk nilai Y 0,73 yang artinya nilai ini merupakan selisih antara peluang dan ancaman dimana ternyata nilai peluang lebih besar dibandingkan dengan nilai ancaman. Dari Hasil diagram diatas , diketahui bahwa jenis strategi yang cocok digunakan untuk mengembangkan potensi usaha wedang uwuh berada pada kuadran I yaitu strategi agresif . Pada kuadran I Posisi ini menandakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha wedang uwuh ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Tetapi usaha wedang uwuh ini disarankan untuk segera membuat strategi menggunakan matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan kekuatan yang dihadapi oleh perusahaan. Dalam matriks SWOT

terdapat 4 cara untuk membantuk strategi dengan melihat dari faktor internal dan faktor eksternal seperti:

- 1.Kuadran I, Strategi S-O
- 2.Kuadran II, Strategi S-T
- 3.Kuardan III, Strategi W-O
4. Kuadran IV, Strategi W-T

Matriks SWOT dari potensi pengembangan usaha wedang uwuh dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5.16 Hasil Analisis Matrik SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strenghts (S) Pengalaman dalam berusaha Harga Bahan baku	Weaknesses (W) Modal usaha Kurang adanya promosi pengemasan
Opportunities (O) Permintaan pasar yang cukup tinggi Adanya kepercayaan dari konsumen Usaha ini dapat dikembangkan disemua lokasi/daerah	STRATEGI S-O 1. Memanfaatkan pengalaman dalam berusaha untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dari wedang uwuh. 2. Mempertahankan kualitas dan kuantitas bahan baku , jaringan distribusi, kemitraan dari usaha wedang uwuh agar dapat menambah kepercayaan dari konsumen 3. Memperluas jangkauan pemasaran ,mencoba memasuki pasar yang berada diluar kota dengan memanfaatkan banyaknya permintaan wedang uwuh	STRATEGI W-O 1.Pengoptimalan peralatan agar menambah kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan wedang uwuh. 2.Peningkatan pemasaran produksi wedang uwuh melalui promosi didalam pengembangan pasar prduk wedang uwuh. 3.Meningatkan perluasan usaha wedang uwuh dan memperbaiki kemasan lebih inovatif dan menarik supaya menambah minat konsumen.

Treaths (T) Munculnya pesaing baru Munculnya produk yang lebih inovatif	STRATEGI S-T 1.Mempertahankan harga jual yang bersaing untuk mengatasi persaingan usaha. 2.Meningkatkan mutu Dan inovasi produk, serta, mengembangkan produk baru pada pasar konsumen yang sudah ada	STRATEGI W-T 1. menambah modal usaha untuk meningkatkan produksi dapat mengurangi munculnya pesaing baru 2.Memperbaiki kemasan produk wedang uwuh menjadi lebih inovatif dan melakukan promosi produk dengan memanfaatkan teknologi yang ada sehingga dapat bersaing dengan munculnya produk yang lebih inovatif
---	--	--

Sumber : Analisis Data Primer ,2021

Tahap terakhir adalah Tahap terakhir yaitu tahap “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matrik SWOT sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan potensi pengembangan usaha wedang uwuh di daerah penelitian. Strategi pengembangan yang di gunakan yaitu Strategi S-O (Strength- Opportunities)
Strategi S-O merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.Strategi yang dapat dijalankan dengan strategi S-O yaitu : Memanfaatkan pengalaman dalam berusaha untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dari

wedang uwuh.Mempertahankan kualitas dan kuantitas bahan baku , jaringan distribusi, kemitraan dari usaha wedang uwuh agar dapat menambah kepercayaan dari konsumen. Memperluas jangkauan pemasaran ,mencoba memasuki pasar yang berada diluar kota dengan memanfaatkan banyaknya permintaan wedang uwuh.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Potensi Pengembangan Usaha Wedang Uwuh Di Desa Wukirsari Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1.Kondisi usaha wedang uwuh terhadap kekuatan yang berpengaruh adalah pengalaman dalam berusaha dan harga

wedang uwuh yang mudah dijangkau oleh konsumen. Sedangkan kondisi usaha terhadap kelemahannya adalah modal usaha yang terbatas.

2. Kondisi usaha wedang uwuh terhadap peluang yang berpengaruh yaitu permintaan pasar yang cukup tinggi. Sedangkan ancamannya yaitu munculnya pesaing baru yang menjual produk yang sama.

4. Potensi utama pengembangan usaha wedang uwuh adalah pengalaman para pelaku usaha wedang dalam menjalankan usahanya dan permintaan pasar yang cukup tinggi

5. Strategi pengembangan usaha wedang uwuh yaitu Memanfaatkan pengalaman dalam berusaha untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dari wedang uwuh. Mempertahankan kualitas dan kuantitas bahan baku, jaringan distribusi, kemitraan dari usaha wedang uwuh agar dapat menambah kepercayaan dari konsumen. Memperluas jangkauan pemasaran dan mencoba memasuki pasar yang berada diluar kota dengan memanfaatkan banyaknya permintaan wedang uwuh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Peningkatan dan perluasan pemasaran produksi wedang uwuh melalui promosi dengan memanfaatkan teknologi yang ada didalam pengembangan pasar produk wedang uwuh.
2. Perlu adanya peningkatan inovasi produk dan modal usaha agar dapat meningkatkan permintaan wedang uwuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Z.R, & Setiawan, H,A,. 2012. *Analisis Bantuan Modal Dan Kredit Bagi Kelompok Pelaku Usaha Mikro Oleh Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Semarang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Jurnal Ekonomi, Vol.1, No.1.
- Andang, S. 2007. *Peran Serta Bank Indonesia Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan, Vol.5, No. 2.
- Anggraeni, D,. & Nasution, S,. 2013. *Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM Di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. I No. 3.
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A,. 2015. *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha Emping Jagung di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.

- Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol.1, No.6.
- Alyas dan Rakib ,M,. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros*.Universitas Negeri Makassar. Jurnal Sosiohumaniora ,Vol.19, No.2.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Indonesia Statistical Yearbook of Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Departemen Koperasi .2008 . *Kementerian Koperasi dan UKM mendorong pelaku usaha mikro* . www.depkop.go.id. Departemen Koperasi. Diunduh Mei 2021.
- Djalil M dan Sulaeman .2015. *Strategi Pengembangan Usaha Keripik Ubi Kayu Pada Industri Pundi Mas Di Kota Palu*. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako.e-J Agrotekbis, Vol.3, No.3.
- Farah, H, .2017. *Siaran Pers - Ekonomi Digital Mempercepat Pembangunan Ekonomi. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. www.ekon.go.id. 5 Januari 2017.
- Grehenson, G . 2008.*Wedang Uwuh*.Yogyakarta: Humas UGM.
- Hadjimanolis, Anthanasios. 2000. *An Investigation of Innovation Atecedent in Small Firms in the Context of A Small Developing Country*. Journal of R&D Management,Vol.30,No.3.
- Hafsah, M.J, . 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*.Jurnal Infokop Nomor 25 Tahun XX .
- Hastuti, I .2012. *Perkembangan usaha industri kerajinan gerabah, faktor yang mempengaruhi, dan strategi pemberdayaan pada masyarakat di desa melikan kecamatan wedi kabupaten klaten*. STMIK Duta Bangsa Surakarta. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.16, No.2.
- Heri . 2011. *Wedang Uwuh Minuman Khas Jogja*. <http://imherry.blogdetic.com>. Diunduh Juni 2012 .
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L,. 2003. *Manajemen Strategis*.Yogyakarta.
- Indariawati ,P., Raharja,S., dan Soekarto,T,. 2011 .*Kajian Strategi Pengembangan Usaha Industri Kripik Singkong Perusahaan PT. Inti Sari Rasa Bekasi*.Institut Pertanian Bogor. Jurnal Manajemen IKM, Vol.6, No.2.
- Rangkuti Freddy. 2015. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia.
- Satori ,A,K, Djam'an, . 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Singarimbun, M dan Sofian , E.2008. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Soleh, A,. 2017. *Strategi Pengembangan Potensi Desa*. Universitas Padjajaran. Jurnal sungkai, Vol.5 ,No.1.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian*

Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
Bandung: Alfabeta

Tambunan, T, . 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*. Jakarta : LP3ES.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Wahyudi ,S. Agustinus,. 1996. *Manajemen Strategik*. Jakarta .Penerbit Binarupa Aksara.