

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JAMU DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI JAMU TRADISIONAL MBAH GEDONG DI REJOTANGAN TULUNGAGUNG

Bondan Subagyo, Sawal Sartono, Keny Deva Lagasa

[bondansubagyo@gmail.com](mailto:bondansubagyo@gmail.com), [sawalsartono@unita.ac.id](mailto:sawalsartono@unita.ac.id), [kenydeva@gmail.com](mailto:kenydeva@gmail.com)

Universitas Tulungagung

### *Abstract*

*This research is motivated by the increasingly fierce competition in the business world, requiring business runners to develop a traditional herbal medicine business. By designing an appropriate strategy, it is important for the survival of a business to maintain its existence. The aims of this research are: (1) to find out and analyze how the development strategy in the marketing aspect of Mbah Gedong's traditional herbal medicine business (2) to find out things that can affect the development strategy of Mbah Gedong's traditional herbal medicine business through SWOT analysis. This research is a qualitative descriptive. Data collection techniques used are interviews, observation, literature review, and documentation. Then the data analysis technique used SWOT analysis to find alternative strategies used by Mbah Gedong's herbal medicine business. The results of the research conducted indicate that the strategy used by Mbah Gedong's herbal medicine business is to use the marketing mix. Based on the SWOT analysis, the business position is in quadrant I. The strategy that needs to be implemented is a growth oriented strategy with strengths and the availability of profitable opportunities.*

**Keywords:** *strategy, development, existence, herbs, swot*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, menuntut pelaku usaha untuk mengembangkan usaha produksi peracikan jamu tradisional. Dengan perancangan strategi yang sesuai penting untuk keberlangsungan hidup suatu usaha dalam mempertahankan eksistensinya. Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi pengembangan pada aspek pemasaran usaha jamu tradisional Mbah Gedong (2) untuk mengetahui hal – hal yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan pada usaha jamu tradisional Mbah Gedong melalui analisis SWOT. Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, kajian pustaka, dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan analisis SWOT untuk mencari *alternative strategy* yang digunakan usaha jamu Mbah Gedong. Hasil Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan usaha jamu Mbah Gedong dengan menggunakan bauran pemasaran. Berdasarkan analisis SWOT posisi usaha pada kuadran I. Strategi yang perlu diterapkan yaitu growth oriented strategy dengan memiliki kekuatan dan tersedianya peluang yang dapat menguntungkan.

**Kata kunci:** strategi, pengembangan, eksistensi, jamu, swot

## 1. Pendahuluan

Jamu adalah obat Tradisional Indonesia yang tidak mengandung bahan kimia yang dipakai sejak zaman dahulu dan sudah terbukti khasiatnya. Jamu sudah dikenal sebagai produk warisan bangsa Indonesia yang perlu dikembangkan dan dipertahankan. Dalam menjalankan bisnis di era globalisasi ini, pemilihan strategi yang tepat dalam menjalankan usaha merupakan kunci utama kelangsungan usaha. Perlu adanya pengelolaan yang baik agar usaha mampu bersaing dan berkembang. Pengembangan dalam usaha jamu semakin bertambah dengan persaingan dalam mendiferensiasi produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Berdasarkan observasi awal peneliti, dapat disimpulkan bahwa usaha Jamu Jawa Mbah Gedong ini merupakan usaha yang bergerak di bidang minuman herbal. Peneliti melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh usaha jamu sehingga mampu memberikan potensi yang lebih besar dari peluang-peluangnya.

Penelitian ini difokuskan pada upaya dalam strategi pengembangan pada aspek pemasaran usaha jamu untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan mengidentifikasi lingkungan eksternal dan lingkungan internal sehingga menghasilkan beberapa strategi yang dijadikan sebagai rekomendasi untuk menjalankan usahanya

Abidin (2007) mendefinisikan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi dan joint venture. Pengertian strategi menurut Desky (2019) yaitu tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.

Berdasarkan analisis SWOT, formulasi strategi yang cocok digunakan adalah strategi pengembangan pasar untuk menambah jumlah konsumen (Kurniawan, 2017). Sedangkan Rahmawati (2018) menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis rumah makan yaitu penentuan lokasi yang strategis dengan memanfaatkan manajemen sumber daya manusia yang handal dibidangnya baik pemilihan bahan dasar maupun pengolahan produk yang menjadi menu utama dengan cita rasa yang khas serta peningkatan layanan, menjaga keamanan dan kenyamanan terhadap pelanggan.

Menurut Baba (2019), terdapat beberapa tingkatan dalam strategi, ada tiga tingkatan strategi sesuai dengan perkembangan usaha:

a. Strategi korporasi (Corporate strategy)

Merupakan strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan, dengan tujuan menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis lini produk.

b. Strategi Bisnis (Business Strategy)

Merupakan strategi yang terjadi pada tingkat produk dan merupakan strategi yang menekankan pada posisi bersaing produk atau jasa pada spesifik industri atau segmen pasar tertentu. Ada tiga macam strategi yang dapat digunakan pada strategi tingkat bisnis ini, yaitu “Strategi Keunggulan Biaya, Strategi Diferensiasi dan Strategi fokus”.

c. Strategi Fungsional (Functional Strategy)

Merupakan strategi yang terjadi di level fungsional seperti, operasional, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia.

Menurut Munawaroh (2013) ada beberapa konsep-konsep strategi, diantaranya adalah:

a. Distinctive Competence : tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya meliputi :

1. Keahlian tenaga kerja
2. Kemampuan sumber daya

b. Competitive Advantage. Keunggulan bersaing yang dilakukan perusahaan dengan pilihan strategi untuk peluang pasar yang lebih baik, seperti:

1. Strategi Diferensiasi.

Perusahaan yang memilih strategi ini harus berusaha untuk memiliki keunikan produk yang mereka hasilkan, dimana keunikan tersebut dianggap bernilai bagi konsumen.

2. Strategi kepemimpinan Biaya.

Dalam strategi ini perusahaan berusaha mencapai biaya paling rendah dibanding dengan perusahaan lain yang berada dalam satu industri. Keunggulan biaya dapat berasal dari penerapan teknologi yang tepat, memiliki akses terhadap bahan baku.

3. Strategi fokus.

Strategi fokus terbagi menjadi dua jenis yaitu fokus pada biaya dan fokus pada diferensiasi. Perusahaan yang berfokus pada biaya akan berusaha untuk meraih pelanggan yang memiliki kebutuhan akan produk yang lebih rendah dibanding dengan industry yang lain. Sedangkan perusahaan yang fokus pada diferensiasi dengan cara menawarkan berbagai produk yang berbeda dengan pesaing.

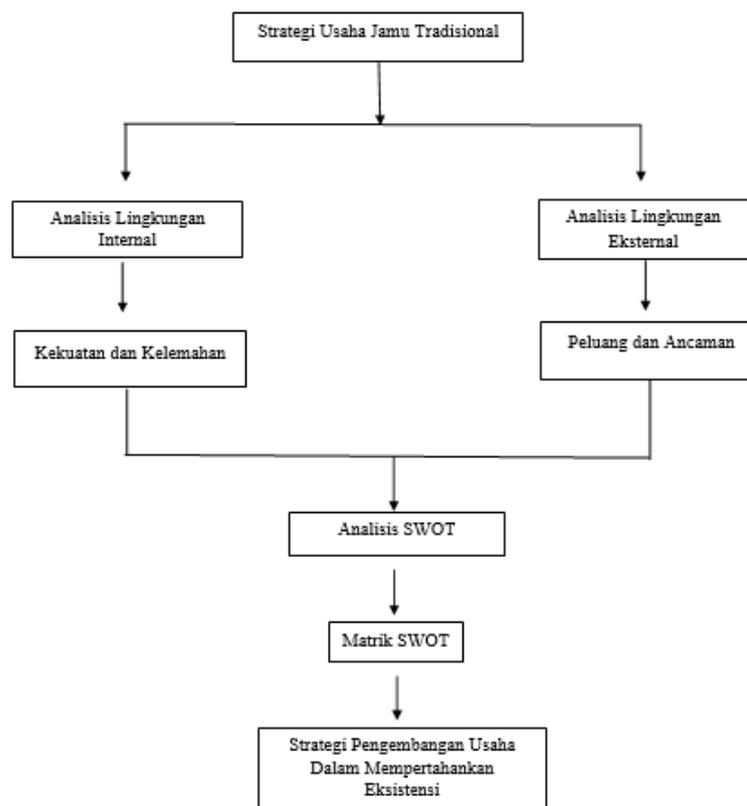
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi strategi pengembangan dan menganalisis bagaimana aspek pemasaran usaha Jamu Tradisional Mbah Gedong dalam mempertahankan eksistensinya. Serta dapat memberikan manfaat yang bisa digali dalam pengambilan sebuah strategi untuk mengembangkan sebuah usaha. Manfaat strategi menurut Pratiwi (2018) antara lain :

- a. Dapat membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih baik dan efisien dengan menggunakan pendekatan yang sistematis dan logis pada pilihan strategi.
- b. Mendatangkan laba
- c. Meningkatkan kesadaran terhadap ancaman eksternal
- d. Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi dari pesaing.
- e. Dapat membantu perusahaan bisa dengan mudah beradaptasi pada perubahan-perubahan yang terjadi

Analisis SWOT dibutuhkan untuk mengkaji lebih dalam strategi-strategi apa saja yang cocok digunakan dalam usaha Jamu Tradisional Mbah Gedong. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) Munawaroh (2013). Berikut ini merupakan penjelasan dari analisis SWOT yaitu :

- a. Kekuatan (*Strengths*)  
Keterampilan atau keunggulan lain yang dimiliki perusahaan yang berkaitan dengan pesaing dan kebutuhan pasar yang membuat perusahaan relatif lebih unggul.
- b. Kelemahan (*Weaknesses*)  
Kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya, keterampilan terhadap pesaingnya yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. Peluang (*Opportunity*)  
Situasi yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan.
- d. Ancaman (*Threats*)  
Situasi yang tidak menguntungkan bagi suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan untuk mencapai suatu posisi yang diinginkan.

Tujuan analisis SWOT adalah mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Hasil analisis ini untuk menentukan arahan dan rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dan mengurangi kekurangan yang dimiliki serta menghindari berbagai ancaman yang terjadi.



Gambar 1. MODEL/ALUR KERANGKA PEMIKIRAN

## 2. Metode

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Jamu Jawa Tradisional Mbah Gedong Tulungagung. Kajian dalam penelitian ini tentang strategi pengembangan usaha pada aspek pemasaran dalam mempertahankan eksistensi usaha jamu tradisional Mbah Gedong dan analisis SWOT dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif. Menurut Kusmastuti (2019), bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang – orang yang diamati. Peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, serta hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti dan tekanan situasi yang membentuk penelitian.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan memuat tiga cara, yaitu: (1) Observasi; adalah suatu proses melihat, mengamati dan mencermati. Observasi ini bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya di Usaha Jamu Tradisional. (2) Wawancara; teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. (3) Kajian Pustaka; Kajian Pustaka adalah metode pengumpulan data yang

digunakan peneliti dalam mencari dan mengumpulkan data yang dapat mendukung dan menguatkan penelitian yang penulis lakukan. Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai jenis literatur yang kiranya mendukung dan berkaitan dengan objek penelitian ini. (4) Dokumentasi; Dokumentasi yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal – hal yang berupa catatan, buku, dokumen, foto, dll.

Teknik analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usaha. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, dan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan disebut matriks. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis.

<b>Faktor internal</b>	<b>Kekuatan-S</b>	<b>Kelemahan-W</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	Daftar-daftar kekuatan	Daftar-daftar kelemahan
<b>Peluang-O</b> Daftar-daftar peluang	<b>SO Strategi</b> Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi WO Strategi</b> Strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
<b>Ancaman-T</b> Daftar-daftar ancaman	<b>ST Strategi</b> Strategi memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman	<b>WT-Strategi</b> Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Rangkuti, 2014)

**Tabel 1. MATRIKS SWOT**

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Strategi Pengembangan Pada Aspek Pemasaran

Di dalam strategi Pengembangan terdapat 4 prinsip yang biasa digunakan yakni produk, tempat, harga, pemasaran. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, strategi pengembangan mencakup semua kegiatan yang ada dalam suatu usaha termasuk dalam pengembangan usaha Jamu Mbah Gedong. Sejak berdirinya Usaha Jamu Mbah Gedong, yaitu sekitar 1990, usaha hingga saat ini tetap bertahan ditengah persaingan.

Keberlangsungan usaha tersebut tak luput dari pemasaran yang digunakan dan dilakukan. Usaha Jamu Mbah Gedong memiliki beberapa strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan bisnisnya. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang digunakan:

a. Strategi Produk

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, tampilan produk jamu cukup sederhana dengan menggunakan peralatan yang tradisional. Namun begitu, penampilan bukanlah hal yang utama dari sebuah produk. Usaha jamu mengutamakan kandungan dan khasiat pada jamu. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap daya beli pelanggan. Semakin bagus khasiat/ kualitas produk, akan semakin menarik konsumen untuk membeli dan loyal terhadap produknya.

*“Produk kami mengutamakan kualitas. Dalam memenuhi kualitas selalu melakukan pemilihan bahan baku dengan macam – macam racikan jamu tradisional menggunakan rempah – rempah dan bahan fresh yang diambil langsung dari alam. Serta dengan proses pengolahan yang sangat diperhatikan kandungannya dengan cita rasa yang tidak pahit rasa jamunya. Bahan – bahan untuk pembuatan jamu dari resep leluhur yang terus dilestarikan, dan Sebagian rempah ramuan jamu, si Mbah dulunya juga mengambil bahannya dari Yogyakarta karena disana lengkap berbagai rempah-rempah ramuan jamu”*

Pernyataan Ibu Sri selaku pemilik Jamu Mbah Gedong diperkuat dengan pernyataan dari konsumen Jamu Mbah Gedong yaitu:

*“Iya mbak, saya sudah berlangganan mengonsumsi jamu Mbah Gedong saat tubuh saya lagi sakit setelah minum jamu badan saya lebih enak dan rasanya juga tidak pahit”*

*“Saya sering kesini mbak. Beli jamu beras kencur dan jamu suruh. Disana juga menyediakan jamu cekok. Kalo makannya anak susah sekalian saya belikan disini, Jamu nya cocok juga untuk anak saya, makannya langsung banyak sehabis dicekok”.*

b. Harga

Kedai jamu masih banyak pembeli. Selain dapat menyembuhkan beberapa penyakit, jamu ini harganya terjangkau. Jamu dijual mulai harga Rp. 3000,- untuk jamu cekok dan jamu racikan Rp. 10.000,- Strategi harga yang ditetapkan oleh Usaha Jamu Mbah Gedong sudah ditetapkan sesuai laba bersih yang akan diambil. Proses penetapan harga ditentukan berdasarkan biaya produksi, bahan baku, tenaga kerja, pengemasan dan biaya transportasi.

Pernyataan tersebut disampaikan oleh pemilik usaha jamu :

*“Untuk strategi harga kita punya harga untuk produk jamu racikan sesuai dengan proses pembuatan. Untuk bahan seperti rempah – rempah kami sesuaikan dengan harga yang ada di pasaran. Kalau seandainya bahan baku naik, saya menaikkan harga dengan kualitas yang tetap, dibanding mengurangi kualitas dengan harga yang murah. Kalau sudah tau kualitas baik harga tidak terlalu berpengaruh, untuk penetapan harga pastinya sudah dikalkulasi berdasarkan biaya produksi, bahan baku, listrik, dll”*

#### c. Strategi Tempat

Saluran pemasaran merupakan basis lokasi operasional yang memiliki nilai strategi untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian produk baik secara online maupun offline. Lokasi operasional yang strategis sangat penting menurut pemilik usaha jamu Mbah Gedong. Hal ini bertujuan untuk memperlancar kegiatan transaksi yang dilakukan pelanggan dalam membeli produk.

Pernyataan tersebut disampaikan oleh pemilik usaha jamu Mbah Gedong tersebut yaitu:

*“Dalam usaha lokasi perlu diperhatikan karena mempengaruhi pelanggan dalam membeli terutama tempat yang strategis mudah dijangkau oleh masyarakat. Sejak berdiri tempatnya memang disini mbak lokasi nya juga pas mendukung untuk jualan, untuk tempatnya ya masih sederhana gini mbak menjaga keaslian tradisionalnya sejak dulu. kedainya Kita punya dua kedai di Panjerejo dan Ngunut. Yang di Panjerejo memiliki tempat parkir luas dan dekat dengan pasar. Di Ngunut tempat strategi mudah diakses masyarakat karena dekat dengan keramaian.”*

#### d. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran suatu produk dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan produk dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan Dalam hal ini, usaha Jamu Jawa Mbah Gedong melakukan promosi dari mulut ke mulut sebagian masyarakat mengetahui kedai jamu Mbah Gedong dari orang lain, seperti tetangga atau orang dekat yang dulu pernah membeli di kedai Mbah Gedong dan masih kurang dalam memanfaatkan media sosial dalam promosi.

Pernyataan ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Sri:

*“Untuk promosi nya dari mulut ke mulut, penjualan secara langsung di kedai dari sini masyarakat udah banyak yang tau dan untuk di online kurang aktif dalam promosi. Meskipun jarang promosi di media sosial, namun ada memposting beberapa produk herbal yang tahan lama aja seperti rempah-rempah, jamu godhokan menggunakan facebook, untuk diketahui pembeli baru dan pelanggan dapat membelinya tanpa harus datang ke kedai bisa dikirim ke jasa pengiriman, dengan begitu memberikan kemudahan untuk pelanggan yang berada di tempat jauh”*

### **3.2 Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional Menggunakan Analisa SWOT**

Tujuan analisis SWOT adalah mengidentifikasi trend, kekuatan, dan kondisi yang memiliki dampak potensial dan implementasi strategi pemasaran perusahaan. Hasil analisis ini untuk menentukan arahan dan rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dan mengurangi kekurangan yang dimiliki serta menghindari berbagai ancaman yang terjadi. Berikut ini merupakan analisis SWOT usaha Jamu Mbah Gedong :

#### **1. Analisis Lingkungan Internal**

##### **a. Kekuatan (*Strength*)**

Keterampilan atau keunggulan lain yang dimiliki usaha yang berkaitan dengan pesaing dan kebutuhan pasar yang membuat usaha relatif lebih unggul. Kekuatan yang dimiliki oleh jamu Jawa Tradisional Mbah Gedong adalah memiliki eksistensi di hati pelanggannya, dikarenakan jamu Jawa Tradisional Mbah Gedong menggunakan bahan pilihan yang digunakan sehingga khasiat yang diberikan dapat sesuai keinginan pelanggan. Produk jamu tersebut diproduksi turun – temurun dengan melestarikan produknya yang memiliki khas.

##### **b. Kelemahan (*Weakness*)**

Kekurangan atau keterbatasan dalam sumber daya, keterampilan terhadap pesaingnya yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Kelemahan yang dimiliki oleh usaha jamu Jawa Tradisional Mbah Gedong adalah:

1. Daya simpan produk relative singkat atau tidak tahan lama
2. Peralatan yang digunakan untuk produksi produk masih kurang memadai
3. Kurang aktif dalam promosi
4. Kemasan produk konvensional

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Peluang (*Opportunity*)

Situasi yang menguntungkan dalam lingkungan suatu usaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang sebagai keberuntungan, sehingga mampu tetap eksis di masyarakat. Peluang yang di dapatkan oleh usaha jamu Jawa Tradisional Mbah Gedong adalah

1. Kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi dari bahan – bahan alami
2. Bahan baku melimpah
3. Target pasar untuk semua kalangan masyarakat
4. Mempunyai pelanggan tetap
5. Kepercayaan masyarakat akan jamu racikan Mbah Gedong dan sudah terkenal secara turun temurun.

b. Ancaman (*Threat*)

Situasi yang tidak menguntungkan bagi suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan untuk mencapai suatu posisi yang diinginkan.

1. Jumlah pesaing sejenis yang banyak
2. Berkembang produk herbal di online
3. Perubahan teknologi yang cepat
4. Fluktuasi harga bahan baku

Di bawah ini adalah matriks SWOT sebagai alat pencocokan penting dalam membantu mengembangkan strategi empat tipe strategi yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT

Faktor internal	Kekuatan-S	Kelemahan-W
<b>Faktor Eksternal</b>	Daftar-daftar kekuatan:	Daftar-daftar kelemahan:
	1) Memiliki khasiat yang bagus bagi tubuh dengan rasa yang khas 2) Racikan dari bahan-bahan alam pilihan 3) Memiliki berbagai variasi produk seperti jamu racikan, jamu godokan dan jamu serbuk. 4) Harga Terjangkau 5) Tidak menggunakan bahan pengawet 6) Lokasi strategis	1) Daya simpan produk relative singkat atau tidak bertahan lama 2) Peralatan yang digunakan untuk produksi produk masih kurang memadai 3) Kurang aktif dalam promosi di media sosial 4) Kemasan konvensional

<p>SO Strategi Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperluas jaringan pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk baru atau lama dari produk ramuan jamu yang khas.</li> <li>2) Mempertahankan kualitas produk agar dapat mempertahankan pelanggan</li> <li>3) Meningkatkan keuntungan melalui pemanfaatan bahan baku berkualitas baik dengan penjualan produk jamu racikan dan berbagai jenis produk herbal</li> <li>4) Meningkatkan kualitas pelayanan</li> </ol>		<p>Strategi WO Strategi Strategi memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk dengan berbagai jamu instan</li> <li>2) Meningkatkan peralatan yang digunakan untuk proses produksi</li> <li>3) Meningkatkan jaringan promosi</li> <li>4) Memodifikasi kemasan dengan label produk untuk menjaga eksistensi</li> </ol>
<p>ST Strategi Strategi memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mempertahankan khasiat yang di gunakan oleh produk</li> <li>2) Mengembangkan bahan racikan menggunakan bahan baku lokal yang berkualitas dengan harga yang terjangkau</li> <li>3) Menciptakan variasi- variasi produk/diversifikasi produk baru yang memiliki khasiat baru pula</li> </ol>		<p>WT-Strategi Strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memodifikasi kemasan</li> <li>2) Meningkatkan kemitraan dengan petani tanaman herbal</li> <li>3) Melakukan promosi lewat media sosial sesering mungkin dan mengikuti perkembangan zaman untuk keberlangsungan usaha</li> </ol>

Tabel 2. MATRIKS SWOT

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang bisa diambil bahwa strategi dalam mengembangkan usaha jamu Mbah Gedong dengan memproduksi jamu racikan dengan bahan baku yang berkualitas dengan rasa yang khas racikan tradisional, menjual produk dengan harga yang terjangkau, promosi produk dilakukan dari mulut ke mulut dan personal selling, tempat usaha yang sederhana tetap menjaga keasliannya dengan lokasi yang strategis. Kemudian berdasarkan analisis SWOT posisi usaha jamu Mbah Gedong berada pada kuadran I. Strategi yang perlu diterapkan produsen jamu tradisional Mbah Gedong mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*) dengan memiliki kekuatan dan tersedianya beberapa peluang yang dapat menguntungkan.

Beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan pada usaha jamu Mbah Gedong harus berupaya meningkatkan strategi promosinya melalui media sosial dan mengembangkan pemasaran melalui *personal selling* dan *word of mouth* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan lebih dikenal masyarakat

#### 5. Referensi

- Abidin, Zainal. 2007. Analisis Eksistensial, Cetakan Kesatu, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Baba, Rifkiawan, Baruwadi, Mahludin & Boekoesoe, Y. 2019. Strategi Pengembangan UsahaKedai Kopi D'Philocoffee di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. JurnalFakultasPertanian,(Online),3(2), <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/download/9717/2581> jurnal-fakultas-pertanian-2019, diakses 5 Juli 2022.
- Desky, Nur Nazmah. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Skripsi dipublikasikan, Universitas Sumatera Utara,<https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/31847/150907056.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, diakses 2 Juli 2022.
- Kurniawan, Miftakhurrizal & Haryati, Novi. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak, Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri, (Online), 6 (2): 97-102, <http://www.industria.ub.ac.id/jurnal-teknologi-dan-manajemen-agroindustri-vol-6-2-juli-2017>, diakses 7 April 2022
- Kusmastuti, Adhi & Khoirin, Ahmad Mustamil. 2019. Metode Penelitian Kualitatif, Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, Semarang, (Online), (<http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/40372>), diakses pada 5 Maret 2022
- Munawaroh, Siti & Suryana, Lia. 2013. Analisis SWOT Sebagai Dasar Penetapan Startegi Pemasaran Pada Perusahaan Jamu Cuk Sirih Di Banjarmasin, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, (Online), 14 (1), <http://journal.stiei-kayutangibjm.ac.id/index.php/jma/article/download/164/133> jurnal-manajemen- dan-akuntansi-vol-14-1-april-2013, diakses 2 Juni 2022
- Pratiwi, Risda. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT, Skripsi dipublikasikan, Universitas Islam Negeri

SumateraUtara,[http://repository.uinsu.ac.id/7465/1/1SKRIPSI%20RISDA%20P  
RATIWI EKI.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/7465/1/1SKRIPSI%20RISDA%20P%20RATIWI%20EKI.pdf), diakses pada 2 Juli 2022

Rahmawati, F, Bake, J, & Hj Purwati, Ninik, E. 2018. Analisis Strategi Pengembangan  
Bisnis Rumah Makan Wong Solo di Kendari, Jurnal Administrasi Bisnis,  
(Online), 3 (2): 204-217, [https://ojs.uho.ac.id/jurnal-administrasi-bisnis-vol-3-2-  
juli-2018](https://ojs.uho.ac.id/jurnal-administrasi-bisnis-vol-3-2-juli-2018), diakses 7 April 2022