
Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Kunyit Asam Pada Masa Pandemi Covid-19

Ristani Widya Inti¹ dan Surya Ari Widya²

Email : ristani@uwks.ac.id

¹⁾ Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

²⁾ Magister Agroteknologi, Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Abstrak

Wabah virus korona telah merubah secara signifikan pada tatanan kehidupan manusia di belahan dunia termasuk Indonesia. Dampak yang paling berpengaruh selain kesehatan manusia yaitu ekonomi sosial masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat harus beradaptasi dalam keadaan pandemi covid – 19 tersebut. Sebagai pelaku usaha hal ini menjadi suatu dampak yang luar biasa. Oleh karena itu dalam mengatasi keadaan tersebut perlu dilakukan secara seksama dalam menelaah faktor interal dan faktor eksternal untuk menghadapi pandemi covid – 19 dalam menjalankan suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi usaha kunyit asam yang relevan digunakan oleh usaha kunyit asam wilayah Kabupaten Gresik akibat Covid – 19. Untuk menindaklanjuti kegiatan ini, maka diperlukan suatu cara ilmiah, diantaranya melakukan riset mendalam dengan pendekatan kualitatif. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang perlu diterapkan dalam pembinaan usaha kunyit asam pada masa Pandemi Covid 19 adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi produk.

Kata kunci: Covid -19, Kunyit Asam, SWOT

Pendahuluan

Krisis Kesehatan yang terjalin akibat Pandemi Covid 19 berakibat luas serta multi ukuran. Keadaan ini berakibat bukan cuma aspek Kesehatan saja namun lebih dari itu. Dampak lain mencakup pada aspek ekonomi, aspek keuangan, aspek sosial, aspek politik dan aspek budaya. Beberapa ahli mengatakan bahwa dampak krisis ini lebih serius dibanding dengan krisis ekonomi pada tahun 1998. Mengingat krisis yang demikian hingga metode penanganannya juga hendaknya wajib di jalani secara multidimensional bukan dilakukan secara sectoral dan parsial. Penanganannya wajib melalui cara yang biasa saja. Dalam hal ini diperlukan usaha yang lebih sistematis, partisipatif, serta komprehensif (Yurianto, 2020).

Pada aspek ekonomi, kondisi kontraksinya akibat Pandemi Covid 19 dapat digambarkan pada beberapa data. Data Kementerian Tenaga Kerja bahwa per 27 Mei

2020 mencatat dampak Covid-19 menyebabkan jumlah pekerja sektor formal yang telah dirumahkan sebanyak 1.058.284 orang dan pekerja sektor formal yang di PHK sebanyak 380.221 orang. Sedang sektor informal yang terdampak COVID-19 sebanyak 318.959 orang. Total pekerja sektor formal dan informal yang terdampak COVID-19 sebanyak 1.757.464 orang (Kemenaker, 2020).

Dampak ekonomi Pandemi Covid 19 dapat ke aspek produksi, distribusi maupun konsumsi para pelaku usaha mikro dan kecil. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah bahwa pandemi Covid-19 berdampak signifikan bagi pelaku UMKM di Indonesia, baik dari sisi supply maupun demand Dalam hal produksi yang merupakan representasi dari aspek penawaran diperkirakan akan menurun kinerjanya. Sejarah membuktikan bahwa peran

produksi yang dilakukan oleh sektor bisnis memegang peran penting dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial seluruh warga masyarakat karena dunia bisnis merupakan kelompok produsen yang mampu melihat kebutuhan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat pada waktu dan tempat tertentu (Yurianto, 2020).

Salah satu usaha menengah kecil yang sangat berdampak yaitu usaha minuman kunyit asam. Hal ini sangat mempengaruhi aktivitas produksi usaha minuman kunyit asam. Para pelaku usaha sangat tergantung dari bahan baku yang sempat harga melonjak saat pandemic covid-19. Rumusan masalah penelitian adalah bagaimanakah strategi pengembangan usaha minuman kunyit asam menghadapi pandemic covid 19 agar tetap menguntungkan? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan profit usaha kunyit asam menghadapi pandemic covid-19

Kajian Pustaka

Inovasi Kunyit Asam

Kunyit mempunyai aktivitas yang bermanfaat sebagai anti inflamasi (anti peradangan). Sedangkan asam jawa atau *Tamaradus Indica* mengandung senyawa kimia antara lain asam appel, asam nitrat, asam anggung serta asam tetrat. Masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan minum minuman kunyit asam untuk mengurangi keluhan pada saat dismenore. Kunyit asam sering digunakan sebagai ramuan tradisional untuk mengurangi rasa nyeri saat dismenore (Wardani, 2019).

Kunyit mempunyai kandungan senyawa aktif dan bahan kimia yaitu curcumin yang bermanfaat sebagai analgetika selain sebagai analgetika kunyit juga mempunyai agen aktif alami yang berfungsi untuk antipiretika dan antiinflamasi, Sedangkan asam jawa memiliki kandungan senyawa kimia antara lain asem appel, asam nitrat, asam anggung serta asam tetrat serta memiliki agen aktif sebagai antipiretika dan penenang atau pengurang tekanan psikus serta mengurangi aktifitas sistem saraf (Winarso, 2014).

Curcumine pada kunyit bekerja dalam menghambat reaksi cyclooxygenase (COX) sehingga dapat menghambat atau mengurangi terjadinya inflamasi, sehingga

akan mengurangi atau bahkan menghambat kontraksi uterus, serta curcumine sebagai analgetik akan menghambat pelepasan prostaglandin yang berlebihan melalui jaringan epitel uterus dan akan menghambat kontraksi uterus sehingga akan mengurangi terjadinya dismenore. Mekanisme biokimia terpenting yang dihambat oleh curcumine adalah influks ion kalsium ke dalam sel-sel epitel uterus. Jika penghambatan terhadap influks ion ini dilakukan ke dalam sel epitel uterus, maka kontraksi uterus bisa dikurangi atau bahkan dihilangkan sehingga tidak terjadi dismenorhea primer (Safitri, 2018). Sedangkan asam mempunyai kandungan senyawa aktif yaitu mengandung anthocyanin yang berfungsi sebagai antiinflamasi dan antipiretika. Selain itu buah asam jawa juga memiliki kandungan tannins, saponins, sesquiterpenes, alkaloid, dan phlobotamins untuk mengurangi aktivitas sistem saraf sehingga menjadi tenang (Safitri et al., 2009). Sehingga kunyit asam dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh minuman kunyit asam terhadap penurunan nyeri haid.

Strategi Pengembangan Usaha Minuman Kunyit Asam Dimasa Pandemi Covid-19

Mengonfirmasi kasus pertama infeksi virus corona penyebab Covid-19 pada awal Maret 2020. Sejak itu, berbagai upaya penanggulangan dilakukan pemerintah untuk meredam dampak dari pandemic Covid-19 di berbagai sektor. Hampir seluruh sektor terdampak, tak hanya kesehatan. Sektor ekonomi juga mengalami dampak serius akibat pandemic virus corona. Pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian (Susilawati, 2021). Di Indonesia, salah satu penopang pertumbuhan ekonomi terlihat dari kegiatan usaha kecil yang signifikan, baik di sektor tradisional maupun modern melalui Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Menurut Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) bahwa pandemic COVID-19 berdampak pada ancaman krisis ekonomi besar yang ditandai dengan berhentinya aktivitas produksi diberbagai negara, tingkat konsumsi masyarakat yang menurun, kepercayaan konsumen yang hilang, dan jatuhnya bursa saham yang akhirnya mengarah pada ketidak-pastian. Situasi

pandemi COVID-19 memberikan tantangan dan peluang bagi Pemerintah Indonesia untuk menjaga keberadaan UKM.

Terdapat beberapa jenis bisnis yang relatif bertahan dan mampu tumbuh dalam kondisi pandemic covid-19 seperti UKM yang mengalihkan produksi ke produk kesehatan seperti jamu hal tersebut dinilai sejalan dengan upaya meraih keunggulan bersaing melalui inovasi produk dan orientasi dinamika kebutuhan dan keinginan pasar (Alwi & Handayani, 2018). Kesadaran masyarakat akan menjaga kesehatan dimasa pandemic ini maka penggunaan jamu sebagai alternatif pengobatan disamping obat modern pada masyarakat merupakan bagian dari indigenous knowledge masyarakat. Pemakaian jamu dan obat tradisional lainnya yang dilakukan secara turun temurun tidak terlepas dari peran orang tua dalam melestarikan budaya. salah satu cara menjaga kesehatan yang dilakukan masyarakat (terutama wanita) adalah dengan sering mengkonsumsi ramuan jamu yang harganya relatif murah Jamu memiliki beberapa keunggulan, seperti toksisitasnya rendah dan efek samping yang ditimbulkan ringan (Susilawati, 2021). Akan tetapi produk jamu di masa pandemic covid-19 terkadang sulit menemukan pasar dalam penjualannya.

Dunia bisnis di era globalisasi, strategi pemasaran produk baik barang maupun jasa dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Media sosial merupakan produk dari teknologi informasi memberikan manfaat optimal bagi pelaku usaha. Dengan media sosial pelaku usaha dapat memaparkan spesifikasi produk, kualitas, dan harga sehingga konsumen dapat lebih leluasa memilih barang yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuannya. E-Commerce (perniagaan elektronik) adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (business to consumer), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Dengan aplikasi e-commerce, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat

dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah dari pada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (door to door, one-to-one relationship) (Zulhijahyanti, 2021).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT. Secara teori bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Artinya bahwa pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Obyek yang diteliti didekati secara apa adanya tidak ada perlakuan khusus jadi benar benar natural. Oleh karena itu maka posisi peneliti menjadi instrument kunci. Kualitas hasil dari kajian ini sangat tergantung dari kualitas peneliti. Untuk formulasi strategi digunakan pendekatan SWOT (Strength, weakness, Opportunity, dan Threats). Analisis SWOT dilakukan melalui matriks IFE (Internal Factor Evaluation) yang akan menguraikan factor – factor kekuatan terbesar dan kelemahan perusahaan dan matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation) yang akan menguraikan factor – factor peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan dan matriks IE (Internal External) yang menunjukkan dimana posisi perusahaan saat ini. Pada penelitian ini mengambil data usaha minuman kunyit asam di daerah Menganti.

Pembahasan

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran kunyit asam. Pemilihan item yang ada di SWOT berdasarkan hasil wawancara dan kuisisioner yang dilakukan terhadap pedagang kunyit asam.

a. *Strength* (Kekuatan)

1. Produksi Kunyit asam terlalu tinggi di wilayah Menganti Kabupaten Gresik dikarenakan wilayah tersebut terdapat penjual kunyit asam terutama pada pedagang jamu gendong hingga di toko-toko sekitaran.
2. Dukungan fasilitas dan program pemerintah yang memperhatikan UMKM di Kabupaten Gresik dengan diadakannya simpanan modal

terutama bagi pelaku UMKM seperti pedagang kunyit asam yang modern.

3. Berpotensi besar untuk dikembangkan usaha kunyit asam secara kuantitas maupun Kualitasnya. Pada kuantitas usaha kunyit asam sangatlah besar dikarenakan kebanyakan seorang wanita memerlukan kunyit asam pada saat haid sehingga sangat diperlukan pada jumlah banyak. Sedangkan kualitas kunyit asam dengan kemasan modern sangat menarik pembeli dan juga memberikan tingkat sterilisasi kemasan yang baik.
4. Harga kunyit yang relatif stabil dan tidak berfluktuasi dikarenakan bahan baku utama dalam pembuatan kunyit asam ini dipetani produksinya sangat tinggi sehingga harga bisa stabil walaupun sempat hilang dipasaran dan harga mahal saat pertama kali terjadi Covid-19.

b. Weakness (Kelemahan)

1. Tidak adanya perencanaan oleh pengusaha dalam mengelola kunyit asam sehingga dalam mengelolah usahanya masih belum tertata dengan baik.
2. Belum sadar dan mandiri sepenuhnya sebagai pengusaha maju masih tradisional dalam menjalankan usahanya, walaupun memakai botol yang modern akan tetapi dalam mengemasnya masih tradisional belum memakai mesin yang modern.
3. Semua orang belum menyadari akan manfaat dari kunyit asam, rata-rata kebanyakan masyarakat tidak mengetahui akan manfaat dari kunyit asam dan hanya mengetahui bahwa kunyit asam sebagai jamu minuman tradisional jawa.
4. Peminat pembeli kunyit asam kurang pada kalangan remaja dikarenakan kebanyakan para remaja tidak suka dengan jamu.

c. Opportunity (Peluang)

1. Permintaan pasar yang tinggi dari dalam negeri, sejak ada covid-19 permintaan pasar semakin meningkat saat adanya jamu tradisional kunyit asam dapat membantu memperkuat system kekebalan tubuh.
2. Ketersediaan informasi yang murah dan cepat dari internet, hal ini sangat

membantu pedagang khususnya pedagang kunyit asam sehingga mempermudah dalam mencari konsumen yang suka pada kunyit asam.

3. Tawaran kemitraan usaha dengan pihak lain seperti toko herbal, restoran dan salon kecantikan. Hal ini disebabkan karena beberapa mitra tersebut menggunakan produk minuman tradisional untuk melestarikannya agar produk tradisional tidak tenggelam dalam pasaran.
4. Beragamnya cara penjualan produk kunyit asam di pasar, sehingga konsumen itu mempunyai berlangganan kunyit asam tersendiri. Mulai dari jamu gendong, yang kemasan rumahan hingga yang kemasan modern.

d. Threat (Ancaman)

1. Daya saing berjualan kunyit asam yang semakin banyak, semenjak adanya covid-19 banyak orang yang mulai berdagang kunyit asam sehingga pedagang jamu kunyit asam yang lama menjadi sedikit penghasilannya karena beralih kepedagang lain.
2. Kurangnya kepedulian masyarakat akan pentingnya minuman kunyit asam, banyak orang yang tidak peduli akan manfaat kunyit asam sendiri bagi tubuh. Sehingga hal ini menyebabkan kurangnya peminat kunyit asam tersebut. Selain itu banyak munculnya minuman-minuman yang mengandung susu dan minuman lebih modern lagi.
3. Harga kunyit asam dipasaran rendah, dikarenakan jika harga kunyit asam tinggi di pasaran maka pembeli semakin berkurang. Selain itu banyak yang memilih minuman modern seperti boba, thai tea, dan lain-lain jadi jika harga kunyit asam tinggi maka tidak akan yang memilih minuman tradisional tersebut.
4. Kualitas kunyit yang semakin memburuk, hal ini disebabkan karena bahan baku dimusim tertentu yang kualitasnya buruk seperti kisut buah dan lain-lain.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan EFAS yang disajikan pada tabel berikut. sebagaimana dapat dilihat pada tabel IFAS

Tabel 1. Matrik Internal Factor Analysis Strategi (IFAS)

Faktor Internal			
Kekuatan / Strengths (O):	Bobot	Rating	Skor
1.1. Produksi kunyit asam relatif tinggi	0,12	4	0,48
1.2. Dukungan fasilitas dan program pemerintah	0,10	3	0,3
1.3. Berpotensi besar untuk dikembangkan usaha kunyit asam secara kuantitas maupun Kualitasnya	0,15	4	0,6
1.4. Harga kunyit yang relatif stabil dan tidak berfluktuasi	0,13	3	0,39
Jumlah kekuatan	0,5		1,77
Kelemahan / Weakness (W):	Bobot	Rating	Skor
2.1. Tidak adanya perencanaan oleh pengusaha dalam mengelola kunyit asam	0,15	-4	-0,60
2.2. Belum sadar dan mandiri sepenuhnya sebagai pengusaha maju masih tradisional dalam menjalankan usahanya	0,14	-4	-0,57
2.3. Semua orang belum menyadari akan manfaat dari kunyit asam	0,13	-3	-0,37
2.4. Peminat pembeli kunyit asam kurang pada kalangan remaja	0,08	-2	-0,16
Jumlah kelemahan	0,5		-1,72
Jumlah Faktor Internal			0,05

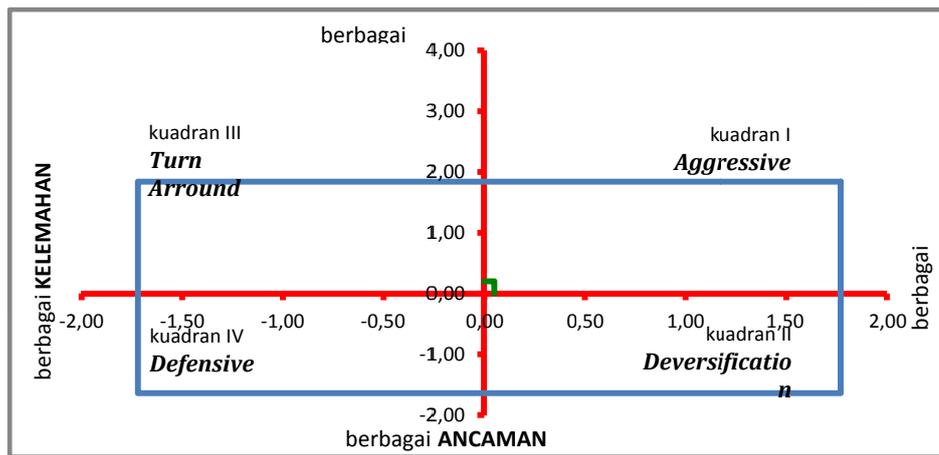
Sejalan dengan penyusunan Tabel IFAS, pada penyusunan table EFAS dilakukan dengan cara yang sama. Adapun Tabel EFAS adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Tabel Matrik Eksternal Faktor Analysis Strategi (EFAS)

Faktor Eksternal			
Kesempatan / Opportunities (O):	Bobot	Rating	Skor
3.1. Permintaan pasar yang tinggi dari dalam negeri	0,13	4	0,52
3.2. Ketersediaan informasi yang murah dan cepat dari internet	0,12	3	0,36
3.3. Tawaran kemitraan usaha dengan pihak lain seperti toko herbal, restoran dan salon kecantikan	0,13	4	0,52
3.4. Beragamnya cara penjualan produk kunyit asam di pasar	0,11	4	0,44
Jumlah kesempatan	0,5		1,84
Ancaman / Threats (T):	Bobot	Rating	Skor
4.1. Daya saing berjualan kunyit asam yang semakin banyak	0,13	-4	-0,52
4.2. Kurangnya kepedulian masyarakat akan pentingnya minuman kunyit asam	0,13	-4	-0,52
4.3. Harga kunyit asam dipasaran rendah	0,12	-2	-0,24
4.4. Kualitas kunyit yang semakin memburuk	0,12	-3	-0,36
Jumlah ancaman	0,5		-1,64
Jumlah Faktor Eksternal			1,0

Selanjutnya untuk memudahkan penyusunan grand strategy pengembangan ekonomi masih dilakukan penyusunan matrik penggabungan antara IFAS dan EFAS. Aktivitas ini dilakukan untuk memudahkan dalam penggambaran diagram kartesius SWOT. Untuk menentukan strategi

pengembangan usaha kunyit asam pada masa pandemi Covid 19 digunakan hasil penggabungan nilai IFAS dan EFAS. Dengan dasar ini dibuat diagram kartesius. Secara terinci diagram karesius pembinaan. Secara rinci matriks Penggabungan IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Kartesius SWOT

Berdasarkan Matriks kuadran SWOT, nampak bahwa posisi usaha kunyit asam (ditandai dengan kotak hijau) berada pada kuadran I, hal ini menandakan posisi yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah progresif (agresif), artinya usaha kunyit asam dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal dengan menggunakan strategi Strength (S) – Opportunity (O). Sehingga pengusaha perlu mempertahankan dan meningkatkan kekuatan dan peluang agar efisiensi dalam penjualan jamu kunyit asam dimasa pandemic covid-19. Pengusaha minuman kunyit asam sangat prospektif di wilayah tersebut sehingga pengusaha maju disana bisa meraih keuntungan yang lebih. Peluang-peluang yang ada perlu ditingkatkan seperti halnya menyuplai di toko-toko herbal dan sering aktif dalam pemasaran online agar lebih menguntungkan perusahaan tersebut.

Simpulan

Dampak virus covid-19 yang sudah menyebar luas ke seluruh dunia termasuk Indonesia berimbas pada permasalahan perekonomian Indonesia terutama pedagang kunyit asam sendiri. Untuk mempertahankan kelangsungan usaha tersebut dengan pemanfaatan internet dan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat di tengah pandemi covid-19 ini. Strategi bertahan yang digunakan UMKM diberbagai bidang termasuk usaha kunyit asam di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan menggunakan media sosial, antara lain,

facebook, instagram, Whatsapp, telegram, serta tergabung dalam usaha online lainnya seperti shopee, go-food, dan grab-food. Sehingga hal ini yang dapat mempertahankan penjualan dengan pendapatan tinggi. Selain itu pedagang bisa melakukan persaingan dengan pedagang kunyit asam lain dengan baik karena mengetahui cara pemasaran kepada konsumen yang tepat.

Daftar Pustaka

- Alwi, T., & Handayani, E. 2018. Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3).
- Kemenaker. 2020. Dampak Covid-19 Pekerja sektor formal dan informal
- Safitri, M. 2018. Efektifitas Minuman Kunyit Asam Dalam Penurunan Skala Nyeri Haid. *Viva Medika*, 10(2), 47–53.
- Safitri, M., Utami, T., & Sukmaningtyas, W. 2009. Pengaruh Minuman Kunyit Asam Terhadap Penurunan Skala Nyeri Haid Primer pada Mahasiswi DIII Kebidanan. *Akademi Kebidanan Bangka Belitung*.
- Susilawati dan Hikmatulloh. 2021. Bisnis Ukm Jamu Raden Sri Rastra Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Swabumi*, Vol.9 No.1 Maret 2021, pp. 57-63
- Wardani, R.A. 2019. Inovasi Kunyit Asam Untuk Meredakan Nyeri Akut Pada Remaja Dismenore. *Program Studi D3 Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Magelang*
- Winarso, A. 2014. Pengaruh Minum Kunyit Asam Terhadap Penurunan Tingkat

- Nyeri Dismenorea pada Siswi di Madrasah Tsanawiyah Negeri Jatinom Klaten. *Jurnal Terpadu Ilmu Kesehatan*, 3(2), 160–165.
- Yurianto. 2020. Analisis Penyusunan Strategi Dan Program Pembinaan Usaha Mikro Kecil DKI Jakarta Akibat Pandemic Covid 19 Dengan Pendekatan USG Dan SWOT. *Inovasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* Vol. 7, No. 2, Desember 2020
- Zulhijahyanti, H., Kintan A., Leonita L., dan Erwin P. 2021. *Inovasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* Vol. 8, No. 1, Juni 2021
-